

EL SIMBOLISMO MUSICAL EN RECEPTORES JUVENILES

El caso del *Manguebeat*,
en Recife, Brasil



Rejane Markman
rejanemarkman@hotmail.com

Recibido el 11 de agosto de 2005
Aprobado el 10 de octubre de 2006

RESUMEN

Este trabajo es un relato de una investigación que analizó los efectos de los mensajes de la música *Manguebeat* en las audiencias jóvenes, buscando identificar los valores presentes en los contenidos de las músicas. Para realizar la investigación, han sido considerados los elementos existentes en el contexto en que viven esas audiencias, que reciben valores de diferentes culturas a través del proceso de transculturación en curso. Los análisis han tenido como referencia dos matrices de valores llamadas «Integrada» (basada en el pensamiento capitalista occidental) e «Innovadora» (que tuvo como base las ideas contraculturales del siglo XX). La técnica de investigación utilizada fue el «análisis de contenido con investigación», creada por Casetti e Chio (1999) para estudiar programas de televisión, y los datos de la investigación verificaron gran identificación entre los valores de la música *Manguebeat* y el patrón de valores innovadores.

PALABRAS CLAVE

Contenidos musicales. Valores. Audiencias juveniles.

ABSTRACT

This research work analyzed the effects of the *Manguebeat* music in their young audiences and what kind of values are presents in those musical subjects. In

order to realize the research, was considered the everyday context of those audiences which receive foreign values from other different cultures caused for the process of transculturation in course. The theoretical references for analysed the music discourse values was two matrices of values: the pattern of values Suitable (based in the capitalism-occidentals values) and the pattern of values that we called Innovational (that was based in the contraculture ideas of the young of the XXth century). The technique used for research was «discourse values contents analysis with investigation», that Casetti and Chio(1999) used for analyzed the television programs. The dates of the research discovered notable identification between the values of the *Mangubeat* music and the pattern of Innovational values.

KEY WORDS

Music discourse values . Kind of values . Young audiences .

1. INTRODUCCIÓN

Desde el siglo XX ocurre la democratización de un conjunto de técnicas disponibles para el uso individual, como los ordenadores, el fax, los teléfonos inalámbricos, que, además de los medios de comunicación de masas, hacen que los contenidos culturales se diseminen en todas las naciones. Esta verdadera revolución tecnológica da paso a la generación de un fenómeno que se define como *transculturación*. Este concepto, opuesto al de *aculturación*, estático y unidireccional, se define como un proceso en el cual una cultura entra en contacto con otra con sus contenidos propios, que se mezclan por el dinamismo del acercamiento. En esas relaciones no se excluye el conflicto interno, pues ellas son respaldadas por objetivos de dominación económica.

En el proceso de cambio que se desencadena, se incorporan elementos de cada cultura, pero también se preservan, aunque transformados, importantes fragmentos tradicionales que de otro modo se perderían por la ausencia de contacto con la modernización.

Las huellas de la propia tradición se conservan porque se les ha permitido exponerse a las transformaciones que supone enfrentarse a una 'cultura— otra'. Esto permite poner la atención en aspectos típicos que, en condiciones normales, no serían advertidos y que salen a la luz con el contacto intercultural (RAMA, 1996).

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

Esto nos conduce a las reflexiones que realizamos en este artículo, estudiando la recepción de los

mensajes musicales en la audiencia juvenil y analizando la representación de la realidad que elaboran para este público en formación. Bajo esta óptica, nuestro estudio visualiza el contexto actual (socioeconómico y cultural) en el que se mueve la juventud de Recife, en su contacto con los nuevos tiempos que están presentes en los mensajes de la forma musical más representativa de la posmodernidad: la música *pop*. Esta es un producto cultural que nace de la contestación de la juventud. Se concibe en los años cincuenta, se consolida en las décadas siguientes y se alinea contra los patrones sociales oriundos de la sociedad de consumo. Cuando penetra en el gusto de las jóvenes audiencias de todas las naciones, se convierte en un artículo globalizado, asumiendo las más diversas formas (LULL, 1989).

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

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

Cuando se analizan los sentidos generados por los medios de masas, en este caso a través de la

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

La música es la forma de producto de masas más consumido entre las audiencias juveniles, superando, incluso, a la televisión². A partir de esta proximidad, sostenemos que la música produce un mundo de significados para la juventud, consumido cotidianamente, que define en los adolescentes las primeras pasiones. Los cantantes y artistas son objetos de la exaltación romántica, y la admiración los induce a imitar a sus ídolos en la forma de vestir, de peinar o de hablar³. Después de la estética, pasan a admirar los comportamientos y actitudes ante la vida que asumen sus objetos de admiración. Esto les puede conducir a la reproducción de posturas -que muchas veces no son aceptadas socialmente- presentes en los cantantes de *pop*, en los de *hard rock*, *acid rock* o en los antiguos *punk rock*⁴.

En este estudio pretendemos comprobar el significado que tiene un tipo de música específico, el *Manguebeat*, para un segmento de la juventud de Recife, música que les sugiere una manera nueva de mirar la realidad y se desborda en la construcción de una nueva identidad. La música *Manguebeat* surge en Recife, Pernambuco, en los años noventa y conquista a los jóvenes debido a sus características de hibridación cultural, visualizadas en la mezcla inédita de ritmos locales con componentes del *pop* internacional.

La música es un elemento de mediación entre la audiencia juvenil y la realidad.

Es oriunda de un movimiento cultural -el *Manguebeat*- expresión de la cultura de algunos segmentos juveniles que engloba, además de un tipo de música específica, artes plásticas, moda y un cuerpo de ideas propias que imprimió, con su dimensión progresista, una renovación en la cultura local. La característica principal del movimiento es la utilización de símbolos de la cultura popular nordestina, especialmente de la recifense, como los surgidos en el ambiente biofísico (el manglar)⁵ que caracteriza la ciudad de Recife, y los ritmos de expresiones culturales de baile y música como el *Maracatu*, el *Caboclinhos* y la *Ciranda*⁶, que

eran mezclados con los avances universales de la música electrónica *pop*. El objetivo principal del presente trabajo ha sido el de detectar cómo repercute el modelo de valores de la música *mangue* en el imaginario juvenil.

A partir de algunas referencias teóricas⁷ sobre el perfil del ser humano contemporáneo, elaboramos una propuesta teórica sobre las características de los valores de la juventud *mangue*, presuponiendo que entre los jóvenes recifenses, en general, predominan dos maneras diferentes y, hasta cierto punto, opuestas de percibir la realidad. Estas perspectivas extrapolan la cuestión de clases sociales, aunque definen diferencias de patrón de consumo y determinan la desproporción entre el juicio crítico -más o menos desarrollado- de mirar el contexto que sobresale entre los grupos vinculados a una u otra visión.

Creemos que para una gran parcela de esta juventud los valores tradicionales de la sociedad occidental, que les son transmitidos por la socialización, constituyen los parámetros más significativos para sus conductas y sus actitudes. Esta concepción se expresa por las prioridades axio-

lógicas que predominan en las sociedades occidentales económicamente dominantes, en las que tienen gran importancia la competencia, el prestigio social y la obtención de bienes materiales que definen una mentalidad competitiva y utilitaria. Estos valores hacen parte de la *matriz integrada*. Los tres valores identificados como típicos de la mentalidad brasileña⁸ han sido alineados a esta matriz, aunque admitimos que pueden ser aceptados indistintamente por personas que acepten la mayoría de los valores de la otra matriz.

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

Pero la matriz que hemos tomado como referencia para reflexionar sobre la recepción de los valores *mangue* por los jóvenes es la *matriz innovadora*, que representa las ideas que componen el perfil del ser humano postmoderno, que presenta una disposición ilimitada por las novedades, el ansia por vivir la vida de un tirón, como si fuera una fiesta, disfrutando del placer en libertad absoluta. En esta versión se identifican las ideas que forman el estilo *hippie* de conectarse con la realidad cotidiana, una alegre anarquía que rechaza las leyes y que descarta el mínimo control sobre las acciones humanas. La matriz se compone de doce dimensiones de valores: Apertura a lo nuevo, Importancia de la esencia, Libertad ilimitada, Vivir al día, Fidelidad, Idealismo profesional, Compañerismo, Inmediatez, Superficialidad, Transitoriedad, Localismo y Disfrute de la vida. Estas

opciones indican dos aspectos fundamentales de una visión particular que se reconoce en la juventud actual (MARKMAN, 2003, 58-66).

2. LA METODOLOGÍA UTILIZADA

Para obtener la percepción de cómo la recepción de los contenidos musicales producía efectos en la mentalidad juvenil, se ha realizado una encuesta cualitativa con un muestreo de 90 jóvenes. En el cuerpo de la encuesta incluimos una pregunta abierta en cuya respuesta los sujetos de la investigación revelaron sus sentimientos ante la música *Manguebeat*, produciendo material cualitativo.

Sobre estos discursos surgidos de las respuestas registradas en fichas, realizamos una interpretación. La técnica adoptada fue el «análisis de contenido con interpretación». Francesco Casetti y Federico do Chio (1999) definen esta técnica como un análisis en el que los valores numéricos no son considerados absolutos y asumen un valor referencial. Como pretendemos entender las tendencias que los discursos juveniles aportaban, no consideramos relevante la recurrencia de los elementos de lenguaje, sino que procuramos entender los sentidos que revelaban. Así, los contenidos que aparecen solo una vez pudieron ser más significativos que otros que son identificados en muchos discursos. Destacamos las principales características de la técnica:

1. Utiliza unidades de clasificación sin hacer una correlación lingüística inmediata: los sentidos que asumen las palabras son más significativos que el número de veces que aparecen en el texto.
2. Tiende a dar espacio al momento interpretativo, es decir, el análisis de los datos tiene la intención, no sólo de describir la situación estudiada sino que, sobre todo, pretende explicar las relaciones que ocurren y los sentidos generales que pueden ser encontrados fuera del texto.

3. Verifica las connotaciones que propone el tema analizado, relacionando la confluencia de los elementos del texto: en la interpretación de los sentidos del texto se deben relacionar entre sí los elementos de todo el discurso y no sólo de la frase o vocablo.
4. Utiliza instrumentos de registro más flexibles y menos estructurados. Además de la definición de categorías, que no necesitan ser tan estructuradas, es necesario que sean definidos sus conceptos con claridad (CASETTI y CHIO, 1999).

La interpretación de los contenidos recogidos consiste en ir más allá del simple recuento de elementos visibles de la comunicación, entendiendo las relaciones que mantienen estos contenidos, captando la intencionalidad con que se emiten, las peculiaridades de los contextos en que se emiten y quiénes emiten.

Los encuestados respondieron sobre las razones que provocaban su identificación con las ideas del movimiento *Manguébeat*, qué producía esta representatividad en sus vidas. Estas declaraciones libres constituyeron datos significativos y fundamentales para confirmar la percepción sobre la nueva identidad que los jóvenes *mangue* están construyendo, en consonancia con un concepto inédito de la realidad posmoderna que está en vigencia en el mundo contemporáneo.

Esta pregunta única generó textos discursivos de los encuestados que comportó un análisis de contenido, descrito a continuación. El *corpus* lo componen 53 discursos, que resultaron en la aprehensión de varias categorías entrelazadas. De algunos de los discursos son sacadas dos, a veces tres categorías.

3. CÓMO SON RECIBIDOS LOS CONTENIDOS MUSICALES

En acuerdo con la metodología definida, analizamos los textos discursivos aportados de las respuestas de los jóvenes entrevistados a la

pregunta abierta, *¿Cuáles son los aspectos que te hacen identificarte con el movimiento Manguébeat?*

La hipótesis levantada sobre cómo las ideas propuestas por la música *Manguébeat* repercuten en su forma de ver el mundo *atribuye* como factores más destacados la priorización de valores como el sentimiento localista, el sentido de pertenencia¹¹ y la naturaleza de las ideas político - ideológicas del movimiento. Los dos primeros aspectos serían considerados presentes por el relieve que las hablas revelaran de los valores Localismo y Compañerismo¹⁰.

Los textos de los discursos juveniles, que surgieron en la encuesta (y que han generado otro análisis cuantitativo que no es objeto de este trabajo) apuntaron como factores que más indican la identificación con el *Manguébeat*, el *sentimiento localista*, las *ideas*, la *música* y el *sentido de pertenencia*. Obsérvese que ocurre un equilibrio entre los valores atribuidos a todas estas variables, ya que las diferencias porcentuales en los discursos son irrelevantes, principalmente entre las categorías *ideas* y *música* (cerca de 1,2%). Esta diferencia la atribuimos al hecho de que las ideas, en general, son emitidas por la simbolización de la música, constituyéndose ésta más como un vehículo que conduce el simbolismo y que expone los pensamientos de los autores *mangue*. En ciertas expresiones discursivas la *música* es la respuesta, pero esta afirmación viene complementada con otro factor relativo a las *ideas*, o al *sentimiento localista*, que también puede inducir a ser confundido con *ideas* (que no dejan de ser, pero con una definición distinta, según las categorías del análisis)¹¹.

Para destacar el *sentimiento localista* consideramos en las hablas las alusiones a la valoración de la cultura popular, que se completan en la admiración que los entrevistados revelan por la persistencia por la determinación de los artistas, como está en este testimonio: «uno mismo sin incentivos de nadie, trabaja y enfrenta incomprendiones para mostrar nuestra cultura». Otro aspecto que aparece destacado es el *rescate cultural*, uno de los temas

defendidos por el movimiento, incluso sugerido y estimulado entre los adeptos como vehículo de fijación y consolidación de una identidad cultural local.

Sobre las *ideas Mangubeat*, se observó que las canciones son depositarias de las ideas defendidas por los compositores *mangue*, en las que están presentes las ideologías más caras a la juventud rebelde que desea cambiar el mundo o, por lo menos, intenta decir a todos que hay muchas cosas equivocadas en las sociedades y que es preciso pensar un poco en ellas.

En cuanto a la opción *música*, ésta es la categoría que más sensibilización reveló junto a la juventud. La significación que asume en los discursos también pude sugerir que, para muchos entrevistados, lo que los atrae al movimiento nada tiene que ver con sus ideas, o con su estilo. Pero, si consideramos el poder de impacto de la música, como afirman las teorías aludidas anteriormente en este artículo, en cuya recepción los contenidos de los mensajes se tornan accesibles a las audiencias, podemos concluir que la identificación se produce, quizás, por las ideas que el *Mangubeat* insinúa en sus canciones¹².

Los jóvenes sienten la necesidad de asociarse a personas que se les asemejan, de construir una identificación que produzca la pertenencia a algún grupo de personas, a un lugar o a un ideal. Por lo tanto, no es extraño que la opción *pertenencia*, que se confunde con la *brodagem*¹³, tenga un prestigio entre los jóvenes. Los entrevistados parece que asumieron la importancia del hibridismo realizado por las músicas *mangue*, principalmente entre el *maracatu* y el *pop*. Esta mezcla, intencionalmente buscada, se constituye en una forma de preservar los componentes

culturales locales, que acudiendo a factores exógenos se traducen en un factor de actualidad, de innovación que torna el *Mangubeat* en un polo de atracción para la juventud pernambucana de visión abierta.

El movimiento *Mangubeat* destacó algunos temas para formar el núcleo divulgador de sus ideas, y de manera recurrente presentó otros, lo que indicaba que causarían mayor impacto entre los adeptos de sus canciones. Preescrutando las huellas indicativas de los significados de las opiniones juveniles, insertándolas en el contexto en que se producían, intentamos percibir los aspectos de la identificación juvenil y la importancia de la música, como fuente de mediación en esta comprensión. Analizamos los discursos, sencillos y cargados de significados, registrando con detalles sus significados, para lograr la comprensión de la naturaleza de las mediaciones que la música aporta a la construcción de su identidad. La identidad personal es un elemento en permanente construcción, ya que está sujeta a las experiencias que surgen en la trayectoria de vida y que conducen al entendimiento de su propio Yo, de una identificación con el entorno y los individuos que lo habitan y de su papel como ser social.

Destacamos los significados de los discursos, procurando relacionarlos con los elementos contextuales y con las características de los emisores. La mayoría de ellos expresan más de una justificación para su identificación con el *Mangubeat* aunque en ocasiones una razón aparece apenas una vez. Pero, coherente con la propuesta de análisis cualitativa, lo importante es *lo que aparece* en los discursos y lo que explica y no *cuántas veces aparece*.

Se observó que
las canciones
son
depositarias de
las ideas
defendidas por
los
compositores
mangue.

Los discursos juveniles ven la importancia que la música *Manguebeat* tiene para sus adeptos, revelando los factores de identidad que persiguen. El aspecto más recurrente en estos discursos, insistimos, es lo que llamamos *sentimiento localista*. Este elemento surgió con las referencias a los símbolos imagéticos e ideológicos del movimiento: «el mangué, el cangrejo, los ritmos del folclore». Las citas evidencian la significación y la cristalización del sentimiento localista, de pertenecer a la tierra, «del orgullo de ser pernambucano», que surge en consonancia con la relevancia atribuida a este valor en la jerarquía estudiada.

El alarde que las hablas revelan de pertenecer a una cultura está registrado en algunas frases que destacamos en los recortes discursivos analizados. Al mismo tiempo en que la juventud enaltece sus raíces y expresa una pasión local, revela que la tradición está involucrada con la noción de localismo y que el tema puede generar un lado negativo, pues expresa la negación o el rechazo cultural. La mención que hacen a «los valores nordestinos», la admiración a los idealizadores porque resaltan las cosas de la tierra, la insistente afirmación de que pertenecen a una «tierra», es un factor dado, tradicionalista, revelador, que traduce la importancia de las nociones axiológicas que son pasadas por la socialización y que tienen significación como principios orientadores de las actitudes humanas.

Pero el discurso juvenil, algunas veces cargado de emociones, presenta reacciones de conflicto y de contradicción: de un lado apertura-cosmopolitismo y, de otro, la repetición de viejas emociones expresadas, como comentamos con anterioridad, en el sentimiento de sentirse discriminados por la región Centro-Sur, prejuicio que es fruto de las desigualdades regionales que prevalecen en Brasil. Esta postura induce un volverse hacia adentro, muy propia de la cristalización de un regionalismo anticuado que reproduce principios conservadores de inferioridad.

Las diferencias regionales -que provocan el orgullo herido de la gente que nace y que vive en Pernambuco- se originan principalmente en la forma discriminatoria con que los sulistas¹⁴ reciben a los emigrantes nordestinos que huyen de la situación de pobreza y de desempleo proporcionada por la sequía periódica que asuela la región. Esta actitud se origina de una idea que el poder dominante diseminó a lo largo de las décadas; según ese preconceito, las economías de los Estados de la región Centro-Sur mantienen una postura paternalista de ayudas beneméritas con el Nordeste, lo que perjudicaría a la región más rica. Este centro dominante, que es un generador de riquezas, por esta actitud, define posiciones de adscripción¹⁵ con la región Nordeste, lo que provoca que entre la población de esta región proliferen sentimientos de inferioridad y de revuelta.

En este contexto se inscribe el caso específico de Pernambuco, que tiene su prestigio minimizado ante el conjunto de los otros Estados de la Federación Brasileña. Este sentimiento de desaliento está presente en algunos de los comentarios juveniles, que parecen fundamentar la significación del valor Localismo, de acuerdo con la importancia que asume en la jerarquía de valores ya comentada.

En algunas hablas se observa una expresión de delimitación de espacios, indicando la falta de un sentido de integración, de pertenencia a la nación brasileña como un todo, como a sobreponer la identidad regional ante la nacional: «ideas que vienen de afuera», indica un sentirse extranjero. El mismo sentimiento está presente en el texto siguiente, que revela claramente la ruptura presente en el imaginario juvenil local: «no necesitamos depender de ellos», la oposición *nosotros y ellos*, partes de una sola unidad, pero que en el imaginario juvenil está registrada como una dicotomía.

Las opiniones destacan la ausencia de aceptación de lo que es exógeno así como sobresale el deseo de que la región sea autónoma y que pueda ge-

nerar y divulgar sus propios valores, lo que tiene la apariencia de afirmación de una identidad cultural única y original. Esta identidad se relaciona con la aspiración de hacer de las formas locales de cultura una creación auténtica, que represente una marca que identifique esta cultura, que sea su principal indicador por medio de un reconocimiento nacional y hasta mundial, que podría rescatar la imagen negativa de la región en el contexto de la nación. Queda claro en los discursos que el elemento de promoción de este cambio de imagen es la producción cultural *Manguebeat*.

El lado negativo que citamos de la noción localista juvenil está presente en algunas expresiones de los textos discursivos: en expresiones como «orgullo de ser pernambucano», «nuestra gente, mi tierra»; o en expresiones más radicales, como «no necesitamos depender de ellos», «ideas de afuera»; que permiten percibir cómo se expresa en el imaginario juvenil el sentimiento localista, con connotaciones que figuran la falta de integración planteada por una visión radical, que se asoma al cotidiano a través de otros discursos y que no se asemeja a las ideas defendidas por la música *mangue*.

Con relación a las *ideas*, considerado el segundo ítem más destacado, vemos una contradicción: al mismo tiempo que la juventud enaltece sus raíces y expresa una pasión local, utilizando algunos pensamientos radicales de rechazo a lo exógeno, revela que tiene una mentalidad abierta cuando indica interés y aceptación al hibridismo presente en las músicas, por las mezclas culturales intencionalmente elaboradas como marca del movimiento. El interés de apertura al *pop* es el de gestar una producción artística que se extendiera más

**El interés de
apertura al *pop*
es el de gestar
una producción
artística que se
extienda más
lejos de las
fronteras
nacionales, con
una cara
contemporánea
y global.**

lejos de las fronteras nacionales, con una cara contemporánea y global. La coexistencia de estos dos aspectos de la identidad *mangue*, el tradicional y el moderno, es una muestra de que las tendencias postmodernas están en la identidad que estos jóvenes construyen, aunque anclados en la tradición.

Sin embargo, lo que se revela como factor más elocuente en la presencia discursiva representada por las ideas son los *temas* esbozados por las letras de las canciones *mangue*, y las referencias explícitas al peso de estas ideas de los autores, expresadas como *valores*. Algunos

discursos hablan claramente de «las ideas que sigo, de los valores». Lo que aproxima a la juventud recifense del movimiento *Manguebeat* parece comprobar que los elementos que lo componen son suficientemente atrayentes para inducir la formación de una visión de mundo en individuos que revelan condiciones y sentimientos suficientes para elaborar una respuesta a la provocación simbólica de las músicas. Veamos algunas de las hablas:

«Adoro la sencillez, la ausencia de normas y la complejidad y la variedad musical».

«La pluralidad, el despojamiento y la mezcla de todos los estilos: su carácter heterogéneo».

«Me gusta la mezcla armónica de ritmos, y el abordaje de varias cuestiones: locales, principalmente las sociales».

Los temas que causan mayor impacto en los jóvenes parecen ser la libertad de expresión personal, el vivir sin prejuicios y una cierta adhesión al concepto de Libertad ilimitada, que está en la expresión «la ausencia de normas» que

los jóvenes identifican con las ideas del *Mangubeat*. El énfasis en los problemas sociales, en forma de denuncia de las condiciones de la ciudad y de la gente, en las letras de las canciones, también se considera como ingrediente relevante, correspondiendo a las percepciones que tuvimos a través del análisis de contenido de las letras examinadas, conforme relacionamos antes.

Sin embargo, otro factor se revela elocuente en la presencia discursiva, cristalizando la representatividad de las ideas. Hablamos de la presencia de valores, como *Importancia de la esencia* o *Idealismo profesional*, que revelan la visión redentora de la vida, en la recurrencia de expresiones en los textos que hacen referencias al «despojamiento», a la «sencillez», que son pasados por las ideas *mangue* y que se perciben en las referencias al estilo de vivir de los adeptos y de los artistas.

Además, este estilo sencillo de vivir que atribuye relevancia a la naturaleza y a las cosas sin precio es una de las marcas de la visión *hippie*, que también es percibida en los temas esbozados por las letras de las canciones *mangue*. El peso de estas ideas, como elemento inductor en la formación de la identidad y de la percepción juvenil de la realidad, funciona como un patrón de valores en el que se mezclan la Apertura a lo nuevo, representado por la intención de la música *mangue* de abrirse a un gran espectro de ritmos y de fusiones, y los sentidos locales.

Destacamos también los siguientes temas, evidencia de ideas presentes en los discursos: las denuncias de las condiciones sociales de un largo contingente poblacional de la ciudad, el sentido de libertad, la aceptación de la pluralidad de ideas

«La música es una cosa que tú reciclas... Usas el viejo para hacer el nuevo, usas el nuevo para hacer el viejo... Es un poco como la teoría del caos»

que caracterizan la convivencia democrática entre los adeptos, que es una de las marcas del movimiento.

Sobre la importancia de la música, ítem destacado en tercer puesto de importancia numérica (véase la Tabla adjunta), ésta revela que la música realmente es un medio para que otros factores de identificación también importantes puedan tener relevancia, conforme pasamos a comentar. Los discursos afirman que la música les encanta, relacionándola con los sonidos, la energía de los ritmos locales, la mezcla de sonidos que usan la base del *rock* con los *batuques* fuertes, la presencia de

los instrumentos propios como los tambores, «de sonidos que tienen una identidad». Creemos que la importancia de la música está asociada al sentido de modernidad, de reconstrucción de lo tradicional con nuevo ropaje. En esta habla de Chico Sceince, (el principal líder del movimiento *mangue*) apuntamos esta definición: «La música es una cosa que tú reciclas. Usas el viejo para hacer el nuevo, usas el nuevo para hacer el viejo. Es un poco como la teoría del caos» (TELES, 2000, p.16).

Entre los elementos discursivos con los que los jóvenes se expresan, respecto a la sensibilidad que les despierta la música *Mangubeat*, hay sentidos del contexto local, mezclados con ideas de rescate cultural, de valores, de estilo, con muchos aspectos que muestran la conexión con otros sentidos como ideas, localismo, la postura de los artistas de persistencia para alcanzar sus objetivos, en que se asocia a la resistencia social y de los medios de masas locales de no divulgar las músicas *mangue*.

La referencia a la valoración de la cultura popular presente en la música se completa en la admiración que los textos evidencian, por la persis-

tencia y la determinación de los artistas que «mismo sin incentivos de nadie, trabajan y enfrentan incomprendiones para mostrar nuestra cultura». Todos estos datos están relacionados y se remiten al contexto circundante, económico y social, que es representado bajo la forma de contestación, por las canciones. Consideramos que estas ideas que están unidas en las letras impresionan a la juventud que no las define como, exclusivamente, un género de música para oír y entretenerse, sino como contenidos para conjeturar sobre la realidad. Este es un valor agregado a los mensajes *mangue*, que los distingue de otras formas musicales.

En las palabras más destacadas en la interpretación de los discursos se percibe el sentido de pertenencia y que complementa los otros aspectos que tienen coherencia con los datos cuantitativos apuntados anteriormente. La necesidad de pertenecer a un grupo, a un contingente social o a una nación es la realización que todo joven aspira, de sentirse integrado, de realizar la aspiración de solidaridad, de compartir ideas y aspiraciones, sentimientos que hacen parte del ser social que todos los seres humanos llevan dentro en su inconsciente. En este sentido se complementa la importancia del valor Compañerismo, apuntado por los datos numéricos de la jerarquía de valores realizada como el más importante.

Los sentidos apuntan en dirección a que definen el *Manguebeat* como un espacio social y simbólico específico de la juventud. La presencia frecuente del vocablo *generación*, que aparece repetidas veces en los discursos de los entrevistados, revela la visión de esta exclusividad, y los locales en que se encuentran como un *gueto* en el que hay libertad de expresarse, de asumir posturas libres y espontáneas generan una identificación: «*el mangue es nuestra cara*». La juventud es el tiempo de la vida en que los individuos desean estar con sus iguales que parecen tener las mismas inquietudes, las mismas aspiraciones y deseos. Necesitan realizar descubrimientos, fomentar creencias que las van buscar fuera del patrón impuesto por la generación

anterior a la suya, que no acompaña con tanta velocidad los cambios. Esta búsqueda es percibida en las hablas, que consideran que el *Manguebeat* posibilita nuevas manifestaciones y sus mensajes se dirigen a ellos como público—blanco: «El *mangue* tiene una gran afinidad con mis pensamientos y es donde me divierto, aprendo y vivo».

La libertad está asociada a los locales que son frecuentados por los adeptos del *mangue*, donde la espontaneidad se confunde en los discursos con «libertad de expresión», ideas que son compartidas y que producen «una sensación de libertad». Esta vivencia franca y abierta es lo que a los jóvenes más importa; es un estado que les posibilita hacer experiencias nuevas y, algunas veces, repetirlas en la vida cotidiana, lo que les aporta la censura de segmentos más formales de la sociedad. Esta actitud conduce a que el grupo se encierre para protegerse, lo que hace brotar y multiplicar la solidaridad, necesaria para la supervivencia del grupo. Las subculturas de vanguardia son grupos compactos, formados por una cantidad pequeña de gente, aspecto que produce una solidaridad mayor y, también, un mayor control intergrupalo. Para afrontar la censura de la sociedad circundante, exhiben su fuerza de cohesión con estas características. Identificamos en esta producción de relaciones lo que los textos juveniles traducen, pues al declararse adeptos al *mangue*, se sienten apoyados a enfrentar el control más estricto (de la familia) y más amplio (de la sociedad).

4. CONCLUSIONES

La lectura de los contenidos discursivos juveniles conduce a conclusiones sobre las peculiaridades percibidas de la identidad *Manguebeat*. Entre ellas se destacan:

- (1) La importancia de la musicalidad, construida a partir del rescate de los componentes locales, de las raíces culturales que generan un producto híbrido, fruto de la apropiación de ritmos y del uso de palabras de contenido glo-

bal, en el que no ocurre la adscripción de las formas nativas;

- (2) la significación del rescate intencional de la cultura pernambucana, que hace nacer la autoestima, el sentimiento localista;
- (3) la importancia de las ideas, de los valores que construyen una nueva concepción de actitudes ante la vida, en la que se distingue la libertad, el despertar para las preocupaciones sociales del contexto, la apertura a una visión contemporánea;
- (4) nuevas socialidades, relaciones inéditas entre personas y de estas con el entorno físico, material, sobre la base de la valorización de las cosas sencillas y del desapego o despojo. Esta actitud parece tener sus raíces en la alegre y anárquica disposición *hippie*, significando lo que Dick Hebdige, como testigo, llamó en 1979 «todo un estilo de vida».

En otras palabras, la adopción de las ideas *mangue* expresa respeto a una forma de pensar la cultura, de conducirse en las relaciones interpersonales, y de desarrollar actitudes ante las cosas y las personas. En este pensamiento se destaca el prestigio de aspectos subjetivos,

afectivos, idealistas y hedonistas, que se traducen en una postura *ecológica* y *redentora*, que los jóvenes definen como la «filosofía *mangue*». Las declaraciones en los textos de los entrevistados en la investigación de contenidos confirman la afirmación de Maffesoli (1996), quien sostiene que la intimidad que se vigoriza entre los individuos jóvenes en los tiempos actuales deja patente la necesidad de compartir emociones y afectos, actitud que continúa al ser inherente a la naturaleza humana. Se percibe en estas hablas el sentido de pertenencia, la necesidad de pertenecer a un colectivo, dentro del cual sea posible sentirse bien, de participar de una vida grupal que permita ser espontáneos, intercambiar valores y experiencias.

Los elementos discursivos que brotan de los textos elaborados por los jóvenes entrevistados revelan la prioridad atribuida por ellos al valor Compañerismo, a la *galera*, a la sensación de libertad que representa estar junto a sus semejantes, de solidarizarse y de encontrar elementos de identificación capaces de producir una integración a un colectivo libre de obligaciones o de control, lo que no es propio en las relaciones que los individuos mantienen con la realidad social.

5. BIBLIOGRAFÍA

- CANEVACCI, M. 1996. Sincretismos. Uma exploração das hibridações culturais, São Paulo: Studio Nobel.
- CALLEGO GALLEGO, J. Y CONDE GUTIÉRREZ, F. A. 1994. Juventud y consumo, Madrid: INJUV, Ministerio de Asuntos Sociales.
- CASSETTI, F; CHIO, F. 1999. Análisis de la televisión, Barcelona: Paidós.
- COSTA RIERA, J. A. 1997. «El feminismo Spice y el marxismo Sony». En: Revista El Viejo Topo, nº108, junio, Barcelona, (17-28).
- ESSINGER, Silvio, 1999. Punk, a anarquia planetária e a cena brasileira, São Paulo: Editora 34.
- GARCÍA CANCLINI, N. 1990. Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad, México: Grijalbo.
- HEBDIGE, D. 1979. Subculture; the meaning of style, Londres, Methuen, Open University Set Book .
- LIPOVETSKY, Gilles, 1996. La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo. Barcelona: Anagrama.

- LULL, J. 1989. *Popular music and communication*, (Newbury Park, Beverly Hills, London y New Delhi): SAGE.
- MAFFESOLI, M. 1996. *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Barcelona: Icaria.
- MARKMAN, R., 1998. «*La cultura global del Sputnik: un modelo de valores para la juventud*», Trabajo de Investigación presentado al Programa de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- _____, 2003. «*La juventud y la simbolización de la música Mangubeat: Valores y Postmodernidad*», Tesis Doctoral presentada a la Universidad Autónoma de Barcelona.
- PENNA, M. 1994. *O que faz ser nordestino. Identidades sociais, interesses e o «escândalo Erundina»*, São Paulo: Cortez Editora.
- RAMA, A. 1996. *Transculturación narrativa en América Latina*, México: Siglo XX.
- TAMAYO, A. 1994. «*Hierarquia de valores transculturais e brasileiros*». En: *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, vol. 10, No. 2, Brasília. (269-285)
- TELES, José, 2000. *Do frevo ao Mangubeat*. Recife: Massangana.
- ZAGURY, T. 1996. *O adolescente por ele mesmo*, Rio de Janeiro: Record.

NOTAS

- ¹ 2003. «*La juventud y la simbolización de la música Mangubeat: Valores y Postmodernidad*», Tesis Doctoral presentada a la Universidad Autónoma de Barcelona.
- ² Estudios realizados en España (CALLEGO y GUTIÉRREZ, 1994) y Brasil (ZAGURY, 1996) sobre el consumo cultural de la juventud de estos países observaron que escuchar música aparece como el elemento más consumido por los jóvenes, seguido de la televisión.
- ³ Sobre la relación de los jóvenes con los ídolos, ver el artículo de COSTA RIERA, J. 1997, «*El feminismo Spice y el marxismo Sony*» en *Revista El Viejo Topo*, nº108, junio, Barcelona, (17-28) .
- ⁴ Los grupos musicales de *punk rock*, propagaban sus ideas anarquistas usando un aspecto extravagante y un comportamiento antisocial, como Fred Vicius, principal ídolo punk de los años setenta. Para mayores informaciones, ver HEBDIGE, Dick, *Subculture: the meaning of style*, London, Methuen, Open University Set Boock, 1979 y ESSINGER, Silvio, *Punk, a anarquia planetária e a cena brasileira*, São Paulo, Editora 34, 1999. Los principales artistas Mangubeat, Chico Science y Fred Zero 4, tiene una formación en las ideas *anarco-punk*.
- ⁵ *Mangue* significa manglar, tipo de formación física muy común en la ciudad de Recife, ubicada a la orilla del mar y cortada por tres grandes ríos, lo que configura el tipo de terreno pantanoso que la caracteriza.
- ⁶ Estas son formas de cultura popular de Pernambuco que estaban, en los años 90, tornándose meras expresiones del folclore porque no eran practicadas en el cotidiano por toda la población, solo en

ocasiones puntuales como el Carnaval. El Maracatu es una fiesta de origen africana y el Caboclinhos representa las raíces indígenas de la cultura brasileña. La Ciranda es un baile que es muy utilizado por los habitantes pobres que viven en las playas.

⁷ Los autores tomados como marco teórico sobre el concepto de ser humano actual, son los autores que explican la Postmodernidad, como Maffesoli, 1996 y Lipovetsky, 1994.

⁸ Los valores típicos de la mentalidad brasileña, identificados en el estudio de Tamayo (1994) como los que tuvieron mayor importancia entre los brasileños y que han sido incluidos en la matriz de valores integrados, son los siguientes:

Trabajo –considerado lo más importante, conceptualizado como una forma digna de ganarse la vida;

Vanidad -preocupación y cuidado con la apariencia-;

Espabilado –ser ladino para superar obstáculos y conseguir lo que se quiere, y

Soñador -tener una visión soñadora y romántica ante la realidad y el porvenir (TAMAYO, 1994).

⁹ Por «sentimiento localista» definimos el sentido de pertenecer a un local, a una cultura, a un pueblo; y el «sentido de pertenencia» se refiere al sentimiento gregario, muy común en la juventud, de hacer parte de una comunidad de personas con las que se identifica. * Nota del Editor: En adelante, entiéndase el término «hablas» en el sentido de «declaración», «testimonio»; se trata de fragmentos de textos entregados por los sujetos de la investigación; se trata del corpus tomado como base para la interpretación y para la construcción del sistema de categorías, bajo la orientación metodológica elegida para el estudio.

¹⁰ Estos eran los valores más destacados en un análisis previo hecho con las letras de las canciones Mangubeat, en la tesis de doctorado de la autora, presentada en diciembre de 2002 a la Universidad Autónoma de Barcelona, con título: La juventud y el simbolismo de la música Mangubeat: valores y postmodernidad.

¹¹ Los datos pueden ser vistos en la Figura y la Tabla 9 en final del texto. Esta nomenclatura es sacada del estudio ya referido de MARKMAN, R. 2003.

¹² En Brasil, el término *música* define no sólo los sonidos como las letras. La definición de los entrevistados, por lo tanto, de la categoría música tuvo este sentido.

¹³ Brodagem es una expresión usada por la juventud Mangubeat para indicar el compañerismo que une a los jóvenes que componen los grupos musicales. El término viene de brother, significa hermano.

¹⁴ La región Centro-Sur, principalmente de Río de Janeiro y São Paulo, es llamada perjorativamente de «Sur maravilla», y sus habitantes son acuñados de *sulistas* por los moradores de las regiones más desfavorecidas del país. Este tratamiento es una reacción a la discriminación que sufren de los sulistas, semejante a la que es dirigida a los emigrantes de los países pobres por las poblaciones de los países receptores. Sobre la discriminación interestadual, ver PENNA, Maura, O que faz ser nordestino, Identidades sociais, interesses e o «escândalo». Erundina. 1994.

¹⁵ Las condiciones económicas nordestinas, consecuencia de una estructura fundiaria basada en el sistema de latifundio improductivo, en el poder de los terratenientes y en la producción agrícola, hacían con que los habitantes rurales huyeren para los centro ciudadanos más ricos – el Centro-sur, en la búsqueda de empleos y de condiciones generales de vida mejores. Mientras tanto, en la actualidad, las políticas gubernamentales han contribuido para nacionalizar la miseria, haciendo con que en el imaginario nordestino la región Centro-sur sea vista como un el dorado.