



## O Reggae no Maranhão e a Trama Política da “Música-Imagem”<sup>1</sup>

Marcus Ramúsyo de Almeida Brasil<sup>2</sup>

Instituto Federal do Maranhão – Campus São Luís Centro Histórico

### Resumo

O presente trabalho pretende iniciar uma discussão acerca da imbricação entre música e imagem na contemporaneidade. Também faz parte da tessitura do texto buscar as relações entre mídia e afetividade como catalisador de capital político, tendo como objeto principal o fenômeno cultural do reggae no Maranhão. Atualmente São Luís – MA é considerada a Jamaica brasileira e a partir desse grande poderio mercadológico e identitário empresários de reggae já ocuparam ou ocupam cargos eletivos na política institucional local. Como referencial teórico utilizou-se o conceito de afetividade de Muniz Sodré, a noção de poder em Michel Foucault e a categoria de “massa” em Gabriel Cohn, entre outros. Como metodologia utilizou-se pesquisa exploratória, histórica e observação direta.

Palavras-Chave: Reggae; Música-Imagem; Política Midiática.

“As imagens técnicas são ‘arte pura’, no sentido em que apenas a música é arte pura. Eis a razão por que sugiro, que, com a emergência das tecno-imagens, adquirimos novo nível de consciência, nível no qual se tornou possível fazer música imaginativa”

Vilém Flusser

### Introdução

Durante todo o século XX ocorreram mudanças essenciais nas sociedades ocidentalizadas, principalmente nos povos “colonizados”, que tiveram em todo seu percurso de auto-realização, enfrentamentos de toda sorte, em condições de desigualdade e mestiçagem que propiciaram fragmentações de todas as formas nas nações e nos grupos sociais considerados hegemônicos. Neste sentido, o refluxo pós colonial (HALL, 2003) sempre suscitou estranhamento e curiosidade nos pesquisadores da cultura. De outro lado, o fenômeno da globalização, que, através dos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias da informação dissemina em escala vertiginosa os ideais neoliberais, voltados para o consumo e individualização do ser. As relações entre as massificações reducionistas e os enfrentamentos mestiços encontram eco em espaços que em sua maioria estão às bordas das “grandes discussões”. É nesse espaço que se quer reverberar duas questões que motivam esta pesquisa: em primeiro lugar, quais as características da sociedade contemporânea que permitem a fina relação entre música e mídia, arte e instrumental do capital, para conformação de um poderio

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Folkcomunicação, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Estudos Pós Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, bolsista da Fundação de Amparo ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Estado do Maranhão - FAPEMA, professor de Comunicação / Fotografia e Multimídia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão – Campus São Luís Centro Histórico, IFMA/CH. Pesquisador e coordenador do Núcleo de Pesquisa e Produção de Imagem – NUPPI/IFMA. Pesquisador do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política – NEAMP/PUC-SP. Sócio da Intercom, GP – Folkcomunicação. E-mail: ramusy@ifma.edu.br



político. Fenômenos como a Verônica Costa no Rio de Janeiro, a Mãe Loira, que é uma funkeira vereadora ou o caso do empresário de reggae no Maranhão, o deputado federal e magnata Pinto Itamaraty. Podemos também perceber outros músicos exercendo cargos políticos, sempre apoiados por um grande capital midiático, tais como Franklin Aguiar, o cãozinho dos teclados, piauiense radicado em São Paulo-SP e deputado estadual por este estado. Em segundo lugar, as novas estratégias identitárias de grupos sociais historicamente alijados dos processos de veiculação de produção e consumo de cultural, promovem uma revolução nas formas de catalização e disseminação de linguagens e expressividades simbólicas da cultura, que mexem com a alma da sociedade contemporânea. Talvez essas estratégias sejam a própria alma desse novo arranjo social. A modernidade tardia, ou pós-modernidade ou do que quer que chamem a contemporaneidade é sem dúvida um momento em movimento de transculturação.

“Não se quer sugerir aqui que, numa formação sincrética, os elementos diferentes estabelecem uma relação de igualdade uns com os outros. Estes são sempre inscritos diferentemente pelas relações de poder – sobretudo as relações de dependência e subordinação sustentadas pelo próprio colonialismo. Os momentos de independência e pós-colonial, nos quais essas histórias imperiais continuam a ser vivamente trabalhadas, são necessariamente, portanto, momentos de luta cultural, de revisão e de reapropriação. (HALL, 2003, p. 34)

Nas relações de desterritorialização, transculturação e mestiçagens característicos da América Latina, o reggae desempenha papel importante, no sentido em que transpõe para o mundo ocidentalizado um discurso de oposição ao capital e ao “american way of life” tão impregnados nas nações pós-coloniais latino americanas. Esse gênero mestiço chega em meados de 1970 ao Maranhão, meio norte do Brasil, considerado geograficamente por pesquisadores caribenhistas litoral caribenho. As apropriações e ressignificações do reggae no Maranhão são muitas e transformam sobremaneira a cultura local, passando a capital maranhense a ser considerada, posteriormente, a Jamaica brasileira. A princípio o reggae era considerado um “invasor” da cultura local. Quase duas décadas depois o reggae está naturalizado à cultura local, possuindo inclusive, desde 2002, o dia municipal do regueiro que é 05 de setembro, através de uma lei municipal de autoria do então vereador Pinto da Itamaraty. Existe também de autoria do deputado Alberto Franco a lei estadual 1.184 de 16 de novembro de 2004 que insere no “contexto cultural do Estado do Maranhão o movimento reggae”. Estes dois políticos possuem a maior fatia do capital político cultural que o reggae possui, atualmente são do PSDB e ocupam os cargos de deputado federal e deputado estadual, respectivamente. A relação do reggae e desses políticos com a imagem é muito forte no contexto cultural local, tendo em vista que a empresa do Pinto Itamaraty, a Radiola Itamaraty possui programa de TV diário, na rede Difusora, retransmissora do SBT no Maranhão, o Itamara Show, no qual é massivamente trabalhada a divulgação das festas e o enaltecimento dos políticos emblematizados à cultura reggae local. Imagetivamente também é muito forte a grandiloquência visual da própria radiola com suas fileiras de caixas encimadas, que podem chegar a 4 metros de altura, e que sonoramente produzem uma massa de som descomunal do ponto de vista auditivo e vibracional.

Neste sentido, percebe-se que a relação estrutural mais sutil que existe entre música e imagem, principalmente quando pensamos a imagem da televisão, assemelham-se os aspectos de fruição temporal dessa mídia de massa em específico, que é na sua essência



uma experiência tecno-lógica. Outras dimensões do imbricamento da música e da imagem levaram a uma categoria cognominada música-imagem, no qual do ponto de vista da organização do capital da produção musicológica, a dimensão sonora dessa linguagem está cada vez mais imagética, não que antes não fosse, porém hoje se intensifica.

O presente trabalho tem como objetivo, a partir dos elementos acima dispostos problematizar a intersecção entre música e imagem, e suas implicações no campo das relações de poder e da política. Para tanto, no primeiro intitulado *O bios virtual* e a ‘música-imagem’ analisaremos os imbricamentos entre mídia e música na afetação do sujeito tecno-estésico, ou seja, aquele que experiencia o mundo das sensações, sejam elas artísticas ou culturais, através dos suportes tecnológicos. No segundo capítulo: ‘música, mídia e Maranhão: imbricações políticas da afetividade’ se produzirá uma aplicação da problematização do segundo capítulo no reggae maranhense e na política institucional no qual seus agentes estão inseridos. Serão trabalhadas as estratégias de afetividade operacionalizadas pelo aparato midiático e musical dos empresários de reggae na constituição de capital político. Por fim se seguirão as ‘considerações gerais’ desse trabalho.

### **O Bios Virtual e a “Música-Imagem”**

“... na primeira metade do século XVIII, a música já era considerada como sendo não apenas uma espécie de linguagem, mas sobretudo um modo de comunicação que obedecia a certas determinações, as quais acabaram por ser englobadas num sistema filosófico-musical sob a denominação de *teoria dos afetos*. Segundo tais determinações, a música viera estabelecer-se como linguagem mais adequada sempre que se tratava de expressar ou provocar certos sentimentos, emoções e paixões, ou seja, os *afetos humanos*.” (SCHURMANN, 1989, p. 120)

A música sempre foi por excelência a mais etérea das artes. Aquela que pode realmente expressar sentimentos no seu sentido mais essencial. A música desde muito tempo estabeleceu certa relação com a imagem. As escrituras musicais em partituras já são em si uma visualidade sonora, gravura, desenho ou pintura dos instrumentos musicais e de célebres compositores também podem indicar tal afirmativa. Porém, enquanto no século XVIII a arte pictórica da Europa queria expressar o real, era direcionada à música a função de tocar a alma e despertar o onírico de cada um. O som é invisível, é produzido a partir da vibração do ar através de elementos da natureza, porém possui um caráter extremamente relacionado ao suporte matérico e tecnológico do instrumento musical como extensão do próprio corpo.

Nosso argumento é que a partir das descobertas tecnológicas do século XIX e do aparecimento e desenvolvimento dos meios de comunicação de massa na primeira metade do século XX, a importância da imagem na música aumentou substancialmente. A afirmativa inversa também é verdadeira, principalmente na imagem em movimento. Utilizaremos alguns acontecimentos que acredito serem corroborantes com esta hipótese.

O primeiro filme com som direto, gravado na própria película surgiu em 1927 com o filme *O cantor de jazz*, de Alan Crosland, porém, nos filmes mudos que foram



produzidos do início do século XX até então, eram compostas partituras que acompanhavam os rolos de filmes até os cines para serem exibidos e executadas. A execução das composições ficava a cargo de músicos locais contratados pelos próprios empresários donos dos cinemas. Por isso que muitos filmes americanos ou europeus ganhavam ginga brasileira ao terem suas composições executadas por chorões cariocas do início do século vinte. (TINHORÃO, 1985) a interpretação abraileirada servia como elo de negociação entre visível e o “sentido”.

Com a entrada do som no cinema pode-se ver o surgimento de um gênero que dominou o mercado cinematográfico americano durante as décadas de 1930 e 1950 em especial: o musical. Os filmes musicais foram concebidos como enormes estruturas de aparato cinematográfico aliado às grandiloqüentes orquestras de *jazz*. A força imagética das performances dos solistas de *jazz*, e dos grandes *crooners* da música popular americana, iniciou uma estreita relação dos músicos de sucesso com as lentes do cinema e da TV.

No Brasil a televisão tem seu início em 1950 com a TV Tupi do empresário Assis Chateaubriand. Nos primórdios a TV usou em sua grande maioria recursos humanos advindos da cultura do rádio, de uma tradição extremamente oral e musical. A utilização das atrações musicais, como os cantores e cantoras do rádio, com o vozeirão característico da época e os shows de calouros, que sempre “revelaram” talentos na telinha. Durante a década de 1960 e 1970 no Brasil, a música estava muito presente nos “Festivais”, que mobilizavam grandes multidões de estudantes e simpatizantes aos locais das apresentações. Outro aspecto importante foi o incremento das capas dos vinis e da “figurinização” do artista, para que ele se enquadre no gênero esperado pelo público-alvo pré concebido pelo aparato da indústria fonográfica.

O aparecimento dos filmes feitos por bandas como o *Yellow Submarine* dos *Beatles* e o *The Wall* do *Pink Floyd*, assim como a invenção dos videoclipes levaram a cabo a relação sinérgica entre música e imagem em movimento, principalmente no que diz respeito à edição das imagens, tendo em vista que pela primeira vez as imagens vão complementar a música, e não o contrário. A rede mundial de televisão musical MTV vai ser a matizadora mercadológica e midiática dessa linguagem categorizada como “música-imagem”.

“O processamento da imagem televisiva... como se constitui de impulsos eletromagnéticos se aproximaria mais da música do que dos fotogramas postos em sequência na montagem cinematográfica. Trabalhando em ritmo muito rápido com as reações neurofisiológicas do espectador, a televisão processaria quase-musicalmente (no sentido de aglutinação de elementos por contigüidade harmônica, mais do que por significação) os afetos de uma comunidade de recepção, modulando-lhe magneticamente a sensibilidade” (SODRÉ, 2006, p. 84)

Assim como a música possui enorme potencial de afetação das pessoas, a televisão trabalhando também através de fruição temporal, fluxo contínuo e modulação de imagens e som, consegue afetar sobremaneira o sentir humano e conseqüentemente os meios social e cultural. Muniz Sodré vai conceituar o que ele cognomina de *bios virtual*, ou quarto *bios*, no qual estão inseridos as mídias de massa e os meios de comunicação em rede, porém o autor chama atenção especial aos poderes de transmutação do real, constituindo assim um novo real, um real virtualizado.



“Esse novo espaço é configurado primordialmente pelo mercado, cujo poder, coadjuvado pela mídia, apequena o poder do Estado nacional. Trata-se de um espaço que se amplia tanto horizontalmente quanto por duplicação, na medida em que cria realidades paralelas ou virtuais por meio de dispositivos de alta tecnologia” (IDEM, p. 96)

Isto posto, é necessário entender como se dão as relações de poder mercadológico e político dentro desse *bios* midiático, assim como perceber a importância da música nessa construção. Para tanto, utilizaremos o reggae no Maranhão como objeto para problematizar tais questões. Esse é o mote do próximo capítulo.

### **Música, Mídia e Maranhão: Imbricações Políticas da Afetividade**

Na contemporaneidade acompanha-se uma transfiguração da razão instrumental para o que se pode chamar de *afetividade instrumentalizada* pelas mídias e pelas estratégias de marketing, etc. A fragmentação do sujeito pós moderno como intitulou Stuart Hall (2006) acabou com algumas diretrizes da modernidade que agrupavam as pessoas em torno de “grandes” questões. Não que sejam grandes por sua grandeza, mas por serem na maioria das vezes totalizadoras de um desejo coletivo em certo sentido. Os fascismos, as revoluções comunistas, as organizações sindicais, os grupos eclesiais de base, e muitos outros tipos de organização foram ou extintos ou apropriados pelo projeto neoliberal de sociedade de mercado, que foi o único projeto totalizador que se desenvolveu. Isto reverberou grandemente na política nacional tendo em vista as eleições no Brasil desde a eleição de Fernando Collor de Mello, o caçador de marajás, totalmente confeccionado nos estúdios da Rede Globo. O próprio Luís Inácio Lula da Silva teve que criar o “Lulinha Paz e Amor” como *slogan*, aliviando seu histórico de líder sindical. Cada vez mais percebe-se que os aspectos imagéticos dos candidatos ganham mais espaço na “agenda política” do que as idéias ou ideais que defendem. A plataforma de governo, ultimamente tornou-se algo meio obscuro, perdendo em importância para outros itens. Maquiagem, técnicas de olhar para câmera, e a desenvoltura dos políticos frente às lentes de fotógrafos e câmeras de televisão são elementos fundamentais de um político na atualidade. Não que nunca tenha sido, mas essa relação com a quase-presença da imagem televisiva ou dos sites de notícia, intensificaram o nível de profissionalização dos políticos e dos assessores nesse aspecto, levando até à criação de cursos de “*media training*” para políticos.

No Maranhão a relação entre mídia e política é muito “fina”. Os senadores José Sarney, líder do senado e Edson Lobão, atualmente licenciado e Ministro de Minas e Energia possuem redes de TV locais em comando de seus filhos, que no caso do filho de Lobão, Edison Lobão Filho, ainda acumula o cargo de senador da república. A rede Mirante e a rede Difusora, respectivamente, retransmissoras do sinal da Globo e do SBT. No reggae maranhense este capital midiático atualmente está nas mãos do empresário Pinto Itamaraty. Pinto em 1985 herdou a radiola de reggae de seu pai, Jackson Raimundo Soares e investiu na modernização e crescimento da mesma com a rescisão de demissão de uma empresa multinacional na qual trabalhava. Pinto estudou administração e possui especialização em comunicação e marketing. No pleito de 2006 obteve 90.637 votos para deputação federal pelo PSDB, sendo 47.279 votos só na capital São Luís. Anteriormente tinha sido eleito vereador em duas ocasiões: 2000 e 2004<sup>3</sup>. Pinto sempre

<sup>3</sup> Dados extraídos da apresentação do trabalho “As cores ideológicas do reggae no Maranhão”, na IV Jornada Internacional de Políticas Públicas. Trabalho de iniciação científica sob orientação do prof. Dr.



está nas festas promovidas pela radiola Itamaraty, que é considerado o maior conglomerado de entretenimento de reggae do estado do Maranhão. A Itamaraty possui várias radiolas, que podem fazer festas em vários locais ao mesmo tempo, além disso, o conglomerado é composto por programa de rádio e programa de TV, o Itamara Show. O Itamara show é veiculado de segunda a sexta na TV difusora, de 13h30min as 14h00min horas. Diariamente divulga as festas, os DJs, os Vjs, o programa de rádio e, principalmente, o deputado Pinto Itamaraty, que para a “massa” regueira se auto-intitula *regueiro e não político*.

A “massa” regueira como é chamada os adeptos do reggae de radiola é composta por uma enorme quantidade de pessoas de classes baixas e que, geralmente, moram em zonas periféricas e marginalizadas da capital maranhense e municípios que compõem a Ilha de São Luís. O reggae também tem grande legião de adeptos na baixada maranhense, noroeste do estado. Os sujeitos que adotaram o reggae, que se identificaram com o seu som e sua mensagem, que re-significaram os passos da dança ao se juntar em pares e da música a partir dos melôs, são quem conseguiram fazer a virada de jogo, de transformar uma cultura musical completamente marginalizada pelas elites hegemônicas e por parcela das expressões tradicionais da cultura popular, apesar de sempre estar inserido neste contexto, em uma expressão artística de grande valor identitário, mercadológico e cultural.

Porém, a “massa” é uma categoria difícil de identificar. O certo é que a massa é sempre definida por exclusão. “Massa são ‘os outros’; aqueles que não tem acesso aos bens culturais produzidos no interior da conjugação público/elite.” (COHN, 1973, p. 70). É sempre difícil especificar quem é a “massa” regueira. Justamente pelo caráter excludente do termo “massa” é problemático definir o “público” do reggae de radiola, já que a “massa” se define por algo diferente àquilo que é denominado de “público” de determinada expressão artístico ou cultural. O termo massa enseja em certo nível uma falta de organicidade. Os políticos de reggae, que na verdade são empresários de radiolas, com exceção do deputado estadual pelo PSDB Alberto Franco<sup>4</sup>, perceberam desde o início da década de 1990, o capital político-eleitoral proporcionado pelos adeptos das radiolas e dos clubes de reggae. Neste prisma, é importante a concepção de Foucault (1979, p. 248), para quem “o poder na realidade é um feixe aberto, mais ou menos coordenado (e sem dúvida mal coordenado) de relações...”. O reggae maranhense dos magnatas empresários políticos utiliza como capital político a “massa” regueira, isto leva à questão das políticas de representação por que “Na medida em que as relações de poder são uma relação desigual e relativamente estabilizada de forças, é evidente que isto implica um em cima e um em baixo, uma diferença potencial.” (IDEM, p. 250) Quais são as políticas públicas oportunizadas pelos políticos regueiros à “massa” regueira? Quem são esses sujeitos? Quais suas demandas? Essas demandas são reclamadas aos políticos? Os políticos respondem a essas reclamações? Qual o poder de barganha da “massa” regueira? Eles têm consciência desse poder? Perguntas ainda sem respostas, pois a pesquisa ainda está em andamento, mas são pontos nodais que permeiam esta problematização.

---

Carlos Benedito Rodrigues da Silva.

<sup>4</sup> Além do Pinto Itamaraty e do Alberto Franco, já ocuparam cargos eletivos com os votos da “massa” regueira o radialista Ademar Danilo e o dono do clube Espaço Aberto, Ferreirinha, ambos como vereadores da capital maranhense.



A trama da afetividade política mobilizadora do reggae consiste, na força identitária do reggae de radiola para com a população de baixa renda local, da potência sonora e visual das radiolas, dos esquemas de entretenimento e marketing operacionalizado pelos conglomerados de reggae nas festas e bailes promovidos, em especial a da Radiola Itamaraty, do poderio midiático desses conglomerados e do empoderamento imagético dos políticos de reggae subjacente e esse processo de midiatização do reggae nos meios de comunicação de massa locais.

Como a música é o objeto de musicólogos que estudam a *teoria dos afetos*, na mídia televisiva de massa “O indivíduo e o mundo relacionam-se afetivamente por meio do tempo e do espaço... O *bios* midiático é uma transformação do espaço-tempo, adequada às novas estruturas e configurações da vida social”. (SODRÉ, 2006, 99)

Assim, percebemos que a imbricação do poder afetivo da música e da imagem em movimento tem o poder de re-temporalizar o tempo e de re-espacializar territórios, como na dança que espacializa a música em corpo e movimento. Acreditamos na possibilidade de uma construção relacional entre esses dois universos, na qual se possa identificar em quais circunstâncias uma possa estar contida na outra, e quais são as estratégias de poder de viés emotivo-instrumental que possam fluir dessas linguagens comunicacionais.

### **Considerações Gerais**

Um dos intuitos desse texto é através do estudo do fenômeno cultural do reggae no Maranhão e sua faceta na política “fazer somar-se a microetnografia com uma macrosociologia, de modo que o evento circunstancial a ser analisado lance luz sobre os processos e categorias sociais mais amplos”. (PEIRANO, 2006, P. 103). As categorias incipientemente trabalhadas carecem de mais maturação, porém esse é um processo natural na construção de um percurso de pesquisa. Este artigo serviu para balizar alguns pontos cruciais ao projeto, tais como: a relação entre música e imagem, principalmente no que diz respeito às semelhanças ao fluxo temporal e sua ritmicidade, a passagem da razão instrumental à *afetividade instrumentalizada*, as relações de poder entre magnatas empresários do reggae no Maranhão e “massa” regueira, entre outros.

### **Bibliografia**

- COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação**: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.
- FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- \_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A, 2006.
- TINHORÃO, José Ramos. **Música popular**: do gramofone ao rádio e TV. São Paulo: Ática, 1981.
- PEIRANO, Mariza. **A teoria vivida**: e outros ensaios de antropologia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.



SCHURMANN, Ernest F. **A música como linguagem**: uma abordagem histórica. São Paulo: Brasiliense, 1989.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.