



## **Tem Batuque, *Sampler* e Pop na MPB: A Música Popular na Lógica da Indústria Cultural<sup>1</sup>**

**Helaine Martins<sup>2</sup>**

### **Resumo**

O presente trabalho aborda como a música popular brasileira (MPB) participa da lógica da Indústria Cultural, norteadada pelo mercado de bens simbólicos. A análise parte da negação de sua caracterização como popular. A chamada música popular paraense, ou seja, a música produzida por músicos paraenses, que trata sobre assuntos amazônicos e se funde com ritmos tradicionais paraenses, é o objeto de análise para exemplificar e justificar as questões referentes ao hibridismo cultural e cultura pop na cena da música local.

**Palavras-chaves:** música; indústria cultural; popular; pop

### **Introdução**

Pós-modernismo é, em essência, uma combinação de modernidade e pré-modernidade - um tipo de marca do abandonado e do não tentado. Num mundo onde o velho (tradição, superstição, crenças populares etc.) é mais e mais abandonado, nada pode ser mais novo e vanguarda do que reintroduzi-lo mais uma vez; este é o estado irônico da pós-modernidade. (MIZRACH, Steve<sup>3</sup>)

A cultura popular paraense participa do processo dialético entre o passado e o presente, na medida em que tem sido receptora de diversas influências da pós-modernidade. No caso da música, mais especificamente, as expressões locais têm se apropriado de elementos dos bens culturais globais, como um modo de criar novas formas estéticas que podem transcender seu contexto de origem. Situação paradoxal, pois, ao mesmo tempo, elementos globais têm se servido dos elementos novos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT de Teoria e Metodologia da Comunicação do VI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte

<sup>2</sup> Jornalista formada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Pará e professora do Curso Técnico em Comunicação Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil/PASCOM. E-mail: [helbmartins@hotmail.com](mailto:helbmartins@hotmail.com)

<sup>3</sup> MIZRACH, Steve. Primitivos Modernos: A acelerada colisão entre o passado e o futuro na Era Pós-moderna. Disponível em: <[www.guaaforte.com/modprim](http://www.guaaforte.com/modprim)>. Acesso em: 25 de novembro de 2003.



apresentados por essas manifestações locais, uma vez que a indústria fonográfica requisita produtos que se renovem periodicamente e, nesse sentido, o local é valorizado por constituir a matéria renovadora da qual os produtos culturais precisam para serem consumidos.

Uma mistura de elementos aparentemente díspares é a marca da diversidade típica dos séculos XX e XXI, em que pesam o acúmulo de informações e a dificuldade de definição. Segundo Nestor Garcia Canclini, “o pós-modernismo não é um estilo, mas a co-presença tumultuada de todos, o lugar onde os capítulos da história da arte e do folclore cruzam entre si e com as novas tecnologias culturais” (1996, p. 329). Esse processo de hibridização coloca no mesmo plano as diversas manifestações da cultura contemporânea rompendo as fronteiras estabelecidas pela lógica da modernidade. O tradicional e o moderno, portanto, já não sofrem uma oposição tão evidente, pelo contrário, convivem em um mesmo cenário social. Ressalte-se, no entanto, que ao falar em hibridização faz-se referência a um processo cultural cujo pano de fundo é o mercado de consumo mediado pela Indústria Cultural.

Nesse contexto, uma fusão de ritmos tradicionais com o pop, com o tecnológico, desenvolve uma síntese musical que expõe um tipo de sincretismo de ritmos e a interação regional com as diversas culturas do globo. Os batuques do carimbó juntam-se à guitarra, aos samplers e sintetizadores. Por meio da batida, do ritmo, da experimentação e das experiências sonoras, a cena musical paraense utiliza a rica cultura popular da região dando condições para que essas manifestações populares possam dialogar com o mundo contemporâneo.

Podemos perceber certa contradição neste atual “movimento” da cena musical paraense a partir do momento em que utiliza ritmos tradicionais, mas em “releituras” preconizadas pela indústria fonográfica, ou seja, presas a critérios mercadológicos que se baseiam na possibilidade de consumo e de lucro. Apesar da tentativa de contestar os velhos padrões e repensar algo de esteticamente novo, houve a necessidade de uma adequação aos parâmetros implantados pela Indústria Cultural.

Essa é a nova cara do que a mídia local convencionou chamar de Música Popular Paraense, a MPP. A partir deste panorama, o presente trabalho pretende mostrar como a música paraense participa da lógica da Indústria Cultural, partindo da negação de sua caracterização como popular e afirmando a sua popularidade.



## **1 Tem Batuque, *Sampler* e Pop na MPB**

Hoje em dia o cenário musical nacional mostra-se extremamente diversificado. O fenômeno da recriação musical se tornou uma atitude bastante comum entre os músicos brasileiros que juntam tradição e modernidade na tentativa de criar novos modelos estéticos. Mas essa diversidade sonora não é algo novo. A produção musical brasileira, desde a década de 60, tem sido receptora e introdutora das mais variadas influências de estilo musical geradas a partir das formas do *Jazz-Fusion*. Este tipo de criação está determinado por um ecletismo cultural que combina e justapõe estilos musicais de diversas procedências, entre eles o samba-canção e a bossa nova. A exploração desta tendência de intercâmbios estilísticos por parte da indústria fonográfica tem favorecido a internacionalização da música brasileira.

A fusão musical deu ao jazz um caráter mais universal, que se estendeu a outras formas musicais como à Bossa Nova e a Lambada, que não estiveram mais restritas ao espaço musical do Brasil e se inseriram em outros mercados. Mediante o procedimento de fusão de estilos e de intercâmbio de influências, a música brasileira continuou seu desenvolvimento, convertendo-se em um produto suficientemente explorado pela indústria fonográfica e coerente com as exigências do que se possa constituir como um signo cultural internacional.

Dentro dessa dialogicidade cultural, a música paraense também tem seus sinais da globalização gerada na pós-modernidade. A cena musical paraense contemporânea define seu som como uma grande mistura de elementos aparentemente díspares. Une instrumentos rústicos com *loops de jungle*, responsável por efeitos sonoros digitais. Trabalha sua música bebendo de várias fontes, passeando por variados estilos, desde o carimbó até o rock. Sua produção híbrida pode ser, em parte, facilmente assimilada pela identificação com os ritmos populares.

Não se trata, porém, de um "movimento cultural", mas de representantes isolados que mixam suas experiências sonoras e que pretendem apresentar as novas configurações inspiradas em dialéticas urbanas.

### **1.2 "Canta a Tua Aldeia e Cantarás o Mundo"**



Para que se entenda o desenvolvimento dessa nova cena da música paraense é preciso estabelecer uma relação com o que se convencionou chamar de MPP, a música popular paraense.

O cantor e compositor paraense Alfredo Oliveira explica em seu livro "Ritmos e Cantares" que, inicialmente, até meados da década de 60, ainda não havia a MPP. O que existia era uma música popular brasileira feita no Pará. O que poderíamos classificar como a música paraense na época eram apenas os ritmos folclóricos. No final da década de 60, já no início dos anos 70, é que houve a estilização do carimbó. O ritmo saiu do interior do estado para a cidade e passou a ser visto como um estilo musical, já com autorias definidas, acompanhado com instrumentos eletrônicos, difusão em discos, etc. (OLIVEIRA, 2000)

A comercialização, infelizmente, não tardou a criar um tipo de carimbó onde a estilização não se limitou aos arranjos musicais e textos de deplorável pobreza poética. Invadiu a coreografia, fomentando grupos de exibição para turistas, com alterações que descaracterizaram a dança folclórica. É a tal coisa, quando se trata de ganhar dinheiro com a arte a qualidade é o que menos conta. (OLIVEIRA, 2000, p.119)

A temática amazônica é que deu, definitivamente, uma cara para a chamada música popular paraense. Uma música que representa o canto da Amazônia, que retrata a região.

A vida do caboclo, o seu dia-a-dia de risos e problemas, o falar paroara, a presença do rio, da mata o misticismo tapuio, impunham um sabor nativo aos gêneros escolhidos pelos autores. Assim, o nosso sentimento regionalista assumia expressão musical em forma de samba, choro, frevo, marcha-rancho, guarânia, merengue, toada, baião, etc.” (OLIVEIRA, 1999, p.120)

O poeta paraense Age de Carvalho, que hoje reside na França, em entrevista ao jornal O Liberal, classifica a procura desse regionalismo nas músicas como "tucupi music" e chama essa busca da identidade de “paraensismo bobo”.

Essa fixação em falar de cunhã e iara. Isso é provincianismo. Claro que sou paraense, mas não é por isso que preciso falar dessas coisas. Falo o tempo todo da minha aldeia, mas ela não é o tucupi. Não acho que para sermos paraenses precisamos estar condenados a ser paraenses. Tenho horror a esse folclore barato que faz parte de uma hipocrisia intelectual, porque o pessoal que faz isso não anda de



canoa, ninguém toma tucupi toda hora, nem está sempre no Ver-o-Peso com a mulher do *cheiro*. (BESSA, O Liberal, 2003).

A idéia era a valorização e preservação do regional, do folclórico, da cultura popular. Essa tentativa de “preservar” o folclore e a cultura paraenses era um reflexo do momento econômico por qual passava o estado.

No final da década de 50, com a construção da estrada Belém-Brasília, o Pará, que antes era ligado ao resto do país por vias marítimas, passou a estar ligado aos principais centros nacionais. Através da rodovia quase tudo que se consumia no estado vinha do sul. Fábricas locais fecharam suas portas já que o estado recebia produtos de todos os cantos do país. O Pará se empenhara em produzir seus produtos, mas foi perdendo espaço para o que vinha de fora. Belém procurou, então, desenvolver a “sua” cultura na tentativa de que as influências de fora não a substituísse também.

### **1.3 ... E Se Renderam Ao Eletrônico**

Um corte rápido para o cenário musical paraense contemporâneo nos revela outro panorama que se define pela tentativa de universalização dos elementos regionais através da releitura de ritmos tradicionais, conceitos e idéias pop. Fala-se em um “movimento” musical de valorização da cultura popular e do desenvolvimento de uma nova música paraense que se deixa influenciar por tudo o que existe de moderno, *underground*, alternativo, tecnológico.

Aos poucos essa necessidade de se impor uma nova linguagem se concretiza e a suposta ruptura com os regionalismos anteriores vem se definindo durante os últimos anos. Bandas e artistas como Cravo Carbone, Lu Guedes, Clepsidra, Madame Saatan, Iva Rothe, Mestres das Guitarradas e La Pupuña, e, principalmente, o fenômeno do Tecnobrega, começaram a se apropriar da composição “local” e da informação “global” na composição de seus textos e sonoridades.

Nessa fusão musical os ritmos tradicionais são trabalhados e transformados para que possam ficar mais fáceis de serem consumidos. Assim, através dessa universalização promovida pela Indústria Cultural, o que antes era restrito apenas às culturas populares, além de passar a ser adotado como símbolos da cultura de elite, avança fronteiras se inserindo em nações.



Pode-se constatar que essa nova cena da música paraense se desenvolve através das leis que regem o consumo da sociedade capitalista. A idéia de “revolucionar”, de “contestar”, de “repensar” uma nova estética musical se desconstrói na medida em que para reagir utiliza elementos daquilo a que quer se contrapor.

A palavra “movimento” também não cabe nesse processo cultural centrado e erguido em torno do desenvolvimento da Indústria Cultural. A fugacidade, a instantaneidade, a superficialidade e a alienação são características próprias dessa nova lógica cultural que tem ligado ao seu surgimento a cultura pop, a antiarte pós-moderna. Os estilos convivem sem choques e as tendências se sucedem com rapidez. Não há grupos ou movimentos unificados já que o pluralismo e o ecletismo são a norma.

A cultura pop tem como um de seus principais expoentes a música e converteu-se em uma linguagem-chave abrangente da qual as produções musicais locais devem possuir certos traços, se há pretensão de que elas tenham alcance além do meio originário. É a falta desses elementos que impedem a difusão internacional de músicas regionais. Por estarem circunscritas a uma determinada região e possuir certos traços particulares, as manifestações locais têm um raio de ação restrito, mas que pode ser ampliado na medida em que os processos transnacionais e seus modos de legitimação ocupem cada vez mais espaço. Isto é, a autenticidade de suas expressões lhes impede de ascender ao gosto de um público internacional.

As expressões locais apenas podem ter uma representatividade quando se inserem no modelo de um sistema mundial, explorando os elementos exóticos de que disponham, mas essa relação acaba por criar uma nova cultura sob a benção da Indústria Cultural. O carimbó, por exemplo, ao se fundir com o rock ou com a música eletrônica perde suas características únicas e exclusivas, pois a sociedade não terá conhecido o som dos tambores e, muito menos, saberá suas origens. Esta sociedade conhecerá o que a Indústria Cultural ensinar e mostrar para ela.

É importante salientar que, apesar de parecer um problema regional, trata-se de um símbolo de uma cultura que, ao mesmo tempo em que está sendo perdido, está sendo reintroduzido na Indústria Cultural. Horkheimer e Adorno (1982, p. 148) afirmam que “tudo é percebido do ponto de vista da possibilidade de servir para outra coisa. Tudo só tem valor na medida em que é algo em si mesmo”.

Música popular ou música pop? Partindo deste panorama, a música popular paraense não poderia ser caracterizada como popular.



## 2.1 O Popular Na Indústria Cultural

A expressão Indústria Cultural foi empregada por Horkheimer e Adorno (1982) para tentar compreender as condições de produção e reprodução social em uma de suas faces mais importantes, relacionada à mercantilização da cultura, sua banalização e reificação, ou seja, as obras de arte passam a ser produzidas na esfera da circulação e do consumo, para o entretenimento e ocupação do "tempo livre".

O sempre igual repetido incessantemente é a idéia da Indústria Cultural, onde a banalidade do já conhecido, os clichês, os lugares-comuns, os excessos e a redundância, fazem parte de um círculo vicioso. A pergunta não é pela diversidade, tomada por Adorno como expressão de resistência na permanência do particular, mas sim por aquilo que aparenta ser diferente, para na verdade continuar sendo a mesma coisa.

Os teóricos foram críticos severos de iniciativas que tentam "popularizar a cultura", quando isso altera radicalmente, por exemplo, a forma de recepção da obra de arte, como é o caso da audição de uma sinfonia no rádio. Foram impiedosos com parte do jazz, ao qual chamaram de "música ligeira", mostrando como sua estrutura interna correspondia aos ditames da sociedade contemporânea e sua condição de administração da vida.

Horkheimer e Adorno (1982) cunham o termo Indústria Cultural, contrapondo-o à "cultura de massa" (ou, melhor dizendo, *da* massa), como possibilidade embrionária de uma cultura popular e espontânea, subordinando-a à lógica capitalista de produção e distribuição de mercadorias. Ela é concebida como resultante de uma sociedade administrada sob imperativos econômicos, políticos e tecnológicos, que negou o ideal ilustrado do progresso cultural, social e moral, enfim, as perspectivas da modernidade de racionalidade emancipadora.

Na subordinação à lógica do mercado>consumo>lucro, os bens simbólicos, em especial a arte e a cultura, sofrem uma degradação - importante entender que, para os autores a verdadeira arte é a arte "séria", erudita: a arte burguesa - que ao mesmo tempo degrada. Assim, os produtos postos em circulação são homogeneizados, padronizados e simplificados numa fórmula básica da qual se retiram elementos causadores de resistência ao consumidor passivo e alienado, de modo a que "... inevitavelmente em inúmeros locais necessidades iguais sejam satisfeitas com produtos estandartizados" (HORKHEIMER E ADORNO, 1982, p.159).



Em relação à música, ambos denunciam a submissão da criação aos imperativos econômicos e o seu deslocamento para a esfera da diversão, do lazer, da fruição degradada (regressiva) e do consumo massivo e acrítico. Trata-se, em última análise, da alienação do homem diante da sociedade capitalista que acena com a possibilidade de uma felicidade fetichizada e degradada.

## **2.2 Música e Indústria Cultural**

A teoria crítica, nas formulações de Horkheimer e Adorno (1982), faz a crítica à Indústria Cultural pela submissão dos objetos culturais, no caso a música, à lógica industrial da sociedade capitalista: padronização, nivelamento, repetição em série e alienação (“audição regressiva”). E para uma análise sobre a relação entre música e Indústria Cultural é necessário trazer para esse estudo considerações feitas em dois textos de Adorno, em que o filósofo discute as relações entre produção e distribuição musical na sociedade capitalista como um bem de consumo.

Nos textos *O fetichismo e a regressão da audição* e *Sobre música popular* (1986, 1991), Adorno concebe a música de massa e popular como mercadoria - fetiche - que não permite ao homem uma aproximação consciente, racional e livre. Não se trata de "conhecer" os fatos musicais em razão do seu "próprio valor intrínseco" (1991), mas apenas "reconhecer" pela repetição e estandarização. Trata-se de dois níveis de música, a "popular" e a "séria".

Segundo Adorno (1991), a diferença entre os dois níveis é que a música popular tem como característica fundamental a rígida padronização, fruto da produção industrial, que se revela tanto na música para dançar quanto nas cantigas de ninar, etc., cujos "pilares harmônicos (...) precisam reiterar o esquema padrão". Assim fica garantido que nada de novo será introduzido, voltando-se sempre à familiaridade confortável do já conhecido, evitando-se o estranhamento e a contradição. Esse processo produz a "pseudo-individação", uma vez que, mesmo num mercado aberto, amparado pela "livre escolha", tudo já foi anteriormente escolhido, pré-fabricado e pré-digerido. A música popular oferece entretenimento, atrativo e prazer, mas apenas como negação desse mesmo oferecimento:



Ao invés de entreter, parece que tal música contribui ainda mais para o emudecimento dos homens, para a morte da linguagem como expressão e para a incapacidade de comunicação (...) serve ainda - e apenas - como fundo. Se ninguém mais é capaz de falar realmente, é óbvio também que já ninguém é capaz de ouvir. (ADORNO,1991, p. 80)

Tudo o que cai nessa rede é passível de consumo, inclusive fragmentos de músicas "sérias", que são utilizados para conceder um verniz aos produtos e personagens comercializados pelo marketing midiático.

Impõe-se acentuar que, efetivamente, parte da culpa da "depravação" da música está no próprio receptor: "A consciência da grande massa dos ouvintes está em perfeita sintonia com a música fetichizada" (ADORNO,1991,p.93). O autor considera que seria diferente se esse círculo fosse quebrado, se os ouvintes fossem capazes de romper com suas exigências as barreiras estabeledoras dos limites do que deve ser ouvido.

A regressão da audição é uma acomodação ao padrão vigente e mudá-lo constituiria uma violação ao que já é reconhecido e incorporado. Tal "congelamento" parte da imitação repetitiva daquilo que no passado deu certo. Assim se explicaria os "revivals" ou, no dizer de Adorno (op.cit), "hits antigos" que são constantemente revividos como forma de recolocar aquele padrão.

Não se pode negar a propriedade das críticas feitas por Adorno quanto à padronização e à homogeneização de algumas formas musicais, ampliadas de forma intensa pelas novas possibilidades tecnológicas, com o advento da produção e distribuição dos produtos culturais via Internet, TV a cabo, revistas especializadas de música e jornais em seções específicas. Quando as gravadoras pretendem colocar em evidência uma música ou um cantor há uma veiculação massiva de forma a imprimir na mente e no gosto do consumidor esse som e essa imagem, aí incluindo os movimentos, as roupas e o jeito de ser do intérprete. A Indústria Cultural acaba por colocar a imitação como algo absoluto.

### **3 A Cultura-Paraense Amazônica, Música e Indústria Cultural**

E o sumo da cultura paraense-amazônica, creio, é uma forma de realismo mágico, que nos leva a entender a realidade por via de uma



espécie de lógica mítica. Parte do Pará-amazônico está na realidade histórica do cotidiano. A outra parte está no imaginário. (LOUREIRO, 2001, p. 20)

A cultura paraense-amazônica, assim denominada pelo professor e poeta João de Jesus Paes Loureiro (2001), é uma mistura do real com o imaginário, o incrível, do ideal com a encantaria. Uma cultura rica em folclore e manifestações da cultura popular. Um cenário propício para o estabelecimento da lógica da Indústria Cultural de mercantilização da cultura. Na nova ordem da cultura contemporânea, ou pós-moderna, essas expressões culturais ou ficam a margem ou se universalizam na medida em que assimilam os formatos mundializadores. Ou seja, se dá uma relevância ao caráter exótico de suas expressões sobre sua autenticidade: o folclórico ou tradicional pelo pop-regional, aqui entendido como a fusão entre a música pop e a música regional.

Ao mesmo tempo em que a indústria abre mercados para essas expressões locais, ela também controla e limita o espaço para outras expressões. A Indústria Cultural dissemina esses símbolos antes restritos a cultura local, os massifica e os transforma em mercadoria de fácil assimilação e absorção pela grande massa.

Horkheimer e Adorno dizem que "os produtos da Indústria Cultural, podem ter certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los abertamente" (HORKHEIMER, ADORNO, 1985, p. 119), na medida em que trabalha com as culturas transformando-as para que elas possam ficar mais fáceis de serem consumidas.

De fato a observação dos frankfurtianos é reforçada pela música, uma arte que, através da Indústria Cultural, tornou-se mercadoria por excelência. Todo esse hibridismo cultural é uma nova atitude musical na cena brasileira atual que também chegou à cena local. Misturando os ritmos regionais, como o carimbó, o lundu e o siriá, com o rock, *drum n' bass*, *hip-hop* e *funk*, a cultura paraense-amazônica se conecta com o mundo. Artistas paraenses perceberam que a melhor maneira de soar global é valorizar o que se possui de local, de regional. Segundo esse princípio tudo é válido: misturar ritmos regionais com a música eletrônica, injetar *rap* e *hip hop* na tradição da batucada paraense.

### **3.1 Do Som do Mangue ao *Groove* da Amazônia**



Música popular ou Música Pop? Buscar conceitos é difícil em um contexto onde a oposição entre cultura popular e cultura de massa já não parece mais apropriada. As culturas populares são artefatos que não existem em estado puro e se caracterizam pela contingência de usufruírem as riquezas do mundo de modo desnivelado. Nesse contexto, podemos definir o que se convencionou chamar de MPP como Música Pop Paraense.

Uma música que tenta se contrapor à Indústria Cultural, mas num "movimento de dentro", ou seja, utilizando a própria Indústria Cultural. Uma música que faz parte da chamada cultura pop, produzida para o consumo de massa, termo e estilo surgido das experiências da Pop Art, onde tanto cabiam os ícones da cultura de massa como os elementos de um incipiente pós-modernismo estético. Este último se desenvolvia atrelado à prática do pastiche, da colagem e do exercício irônico em torno da desmistificação da obra de arte.

Centrado e erguido em torno do desenvolvimento do que ficou conhecido por Indústria Cultural, parece bastante claro que o gênero pop ascendeu junto à canonização do movimento modernista e do enfraquecimento das vanguardas artísticas. O pop não deixar de ser uma das conseqüências da nova lógica social analisada pela Teoria Crítica e a Escola de Frankfurt.

Musicalmente, o pop surge com o rock que, diferente de outras formas culturais que tiveram uma história em períodos precedentes, pertence essencialmente ao mundo contemporâneo. Mas foi na diversidade dos anos 90 que ele, além de ditar tendências, construiu uma nova linguagem para o seu principal consumidor, a juventude, identificar-se. Com o rock, manifestou-se uma estética de massa que trouxe essa característica da arte pós-moderna, intrínseca à ação da Indústria Cultural e dos meios de comunicação, e que fez "explodir" regularmente na mídia suas pequenas fábricas de estilos e símbolos perfeitamente consumíveis pelo jovem da época.

E nesse espaço contínuo onde o pop fixa a sua narrativa, plural, multifacetada e irônica, questões concernentes aos temas caros à crítica pós-moderna podem ser perfeitamente observadas no contemporâneo: globalização, identidades culturais, pastiche, intertextualidade, desconstrução. Na década de 90 é estabelecida uma certa mudança de paradigmas estéticos no que se rotulara de pop. Além de ter sido difundido o conceito de World Music, estilos étnicos vindos dos quatro cantos do globo, o pop chegou, enfim, a voltar seus holofotes para a produção musical surgida fora do circuito fonográfico norte-americano e europeu. Uma nova linguagem se formara. Híbrida,



heterogênea, multicultural, tanto em metrópoles como Paris e Londres, como em cidades como o Recife ou Bangladesh, foi sendo observada essa forma de comunicação que trazia elementos da cultura popular à cada região do globo e os mixava, misturava à outras informações obtidas via meios de comunicação. Mano Negra em Paris; Massive Attack em Bristol; Chico Science & Nação Zumbi no Recife.

Embora repleta de mitos em torno de sua formação, o manguebeat de Chico Science & Nação Zumbi começa a se definir em 1991, na periferia recifense, onde desenvolve-se o projeto conceitual do movimento: tocar ritmos ligados à musicalidade pernambucana paralelamente às expressões do pop norte-americano como o funk e o hip-hop. A batida da percussão e a utilização de instrumentos eletrônicos formariam a sonoridade do grupo, que tinha como base musical a cultura popular afro-nordestina, com as representações de seus signos estéticos, mitológicos e iconográficos.

Durante os anos 90 e início dos anos 2000, surgem cenas musicais cuja base estética é similar ao que vinha sendo feito em Recife com o Manguebeat. No Pará, mais especificamente em Belém, o Manguebeat trouxe uma linguagem que legitimou uma nova produção regional com base nas referências pop, globais.

## **Conclusão**

A arte não pode ser refém do desenvolvimento e nem o desenvolvimento pode ser uma armadilha para a arte. O fundamental não é saber como os meios de produção interferem ou não na arte. É ver como o artista e sua arte participam desse novo processo de produção que o desenvolvimento promove. (LOUREIRO, 2001, p.84)

Essa foi a proposta do presente trabalho: mostrar como a música popular paraense contemporânea participa da lógica da Indústria Cultural, ou seja, como se adequou e se ajustou ao novo processo de desenvolvimento próprio da contemporaneidade. De certo que a Indústria Cultural não descobriu a Amazônia apenas no século XXI, e por isso se tentou definir como música popular paraense contemporânea bandas e artistas que começaram a se utilizar do eletrônico em fusão com a música regional e que tem essa fusão como proposta de trabalho.

Passados quarenta anos do polêmico movimento tropicalista e mais de uma década da explosão do Manguebeat, o hibridismo, a colagem e a recriação através do sampler e da mistura de elementos regionais e eletrônicos vêm revelando uma nova



cena da música paraense. Uma dialética característica da Indústria Cultural que coloca a universalidade como um dos elementos necessários para a fruição da cultura.

Hoje em dia, nessa lógica da Indústria Cultural de mercado/consumo/lucro, a cultura de massa se apropria de aspectos dessa cultura popular para se renovar. Isso aconteceu porque, apesar da Indústria Cultural ter a necessidade da invenção, ela não cria nada de novo, apenas se apropria, recria e oferece como novidade. E nessa dinâmica cultural, a música regional perde as suas principais características e passa a ser de massa, passa a ser pop. Ela mantém características do popular, mas não pode ser considerada como tal.

A música para, entrar no mercado, ser reproduzida e consumida, precisa ser descaracterizada, ou seja, perder a sua autenticidade, perder as características que fazia um determinado povo se reconhecer, para se tornar universal, global. É necessário a padronização, traço definidor da Indústria Cultural segundo Horkheimer e Adorno.

Nesse sentido, a análise a qual o trabalho se propôs chegou a definição de MPP como música pop paraense, uma música que não nega suas características populares, mas as redefine para utilizá-las com fins comerciais. E há pontos negativos e positivos nessa nova estética como em qualquer outra expressão social. Seu acesso é mediado por aqueles que buscam essa novidade, que logo será trocada por outra na dinâmica solidificada e bem estruturada da Indústria Cultural.

Há, porém, uma outra questão nessa proposta estética: um corte das referências que sempre acompanharam o ambiente artístico da região. A Amazônia e, mais especificamente, o Pará, sempre tiveram uma certa expressão apenas através dessa relação forte com a natureza. E nessa nova estética mais urbana, moderna, de certa forma transgride essa posição. É claro que diante dos impactos da globalização, das influências da Indústria Cultural, dos meios de comunicação de massa, se projeta um sentimento de "preservação", de defesa. Mas é necessário que a arte, seja ela a música, o cinema, a pintura, se atualize. "Não se trata de reagir às influências externas. Trata-se de incorporá-las como alimentos de nossa própria expressão (a conhecida questão da antropofagia). (...) Tradição, mas sem tradicionalismo". (LOUREIRO, 2001, p. 93)



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ADORNO, W.T. Sobre Música Popular. In COHN, G. (org.). Coleção Grandes Cientistas. São Paulo: Ática, 1986.

ADORNO, W.T. O Fetichismo na música e a regressão da audição. In Textos Escolhidos. São Paulo: Nova Cultural, 1991, p. 76-105.

BESSA, E. in Jornal O Liberal, Caderno Cartaz, Belém, p. 08, 16 de julho de 2003.

BOSI, A. Cultura de Massa e Cultura Popular - leituras operárias. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1981.

CANCLINI, N. G. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996.

HORKHEIMER, M; ADORNO, T. A indústria cultural - o iluminismo como mistificação das massas. In LIMA, L.C. Teoria da Cultura de Massa, 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, p. 159 - 204.

LOUREIRO, J.J. P. Arte e Desenvolvimento. 3ª ed. Belém: IAP, 2001.

LOUREIRO, J.J. P. Cultura Amazônica: Uma poética do imaginário. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.

OLIVEIRA, Alfredo. Ritmos e Cantares. Belém: Secult, 2000.