

CULTURA POPULAR, POLÍTICA DO COTIDIANO E (RE) SIGNIFICAÇÃO DA ESPIRITUALIDADE

Eliana Meneses de MELO*

RESUMO

Estudo interdisciplinar que se propôs a examinar aspectos da cultura urbana no tocante ao corpo e a moda. Respaldado na Semiótica das Culturas e nos estudos contemporâneos sobre o consumo, aborda-se aspectos da espiritualidade manifestados em dois universos em contrates: a moda oficial e a emanada pela poética popular do RAP. Analisa os signos religiosos, os valores em circulação na afirmação de identidades.

Palavras-Chave: Semiótica das Culturas; Identidade Cultural; Comunicação; Cultura Urbana; Linguagens.

APRESENTAÇÃO

A preocupação básica deste estudo está nas manifestações culturais do homem em seu cotidiano, nos valores apreendidos nos espaços midiáticos e urbanos. Configurada pelas mudanças vindas de determinantes tecnológicos e econômicos, esta sociedade tem em seu cerne os hiperdiscursos e o consumo a transitarem pelo cotidiano da cidadania, na qual os seres humanos são sujeitos e objetos de um percurso que impõe e sobrepõe valores. São os efeitos das sociedades complexas que, em linhas irregulares, produzem e fazem circular múltiplos discursos.

Frente ao cenário da pluralidade social e cultural, linguagens impulsionam mudanças e revelam a amplitude dos diferentes olhares sobre o espaço humano de atuação. É justamente para as linguagens que se direciona este estudo. Analisamos os valores e identidades ligados à Fé, transformados ou negados pelos sujeitos da urbanidade e que tem no corpo o espaço de manifestação.

*Universidade de Mogi das Cruzes
E-mail: demelo@uol.com.br

Pensar o homem nas dimensões da complexidade contemporânea nos leva a uma gama enorme de percursos revestidos por signos em múltiplas significações. São as linguagens em criação e recriação a percorrerem os espaços do contraditório. É o verbo e o corpo que se associam em torno de uma unidade construída com a intencionalidade de ser materialmente o condutor de singularidade em diferentes níveis.

Aborda-se o corpo nas esferas da Espiritualidade assimilada pelo consumo, em questões relacionadas ao contraditório que se localiza no estreito espaço entre o profano do sagrado, no movimento que materializa no corpo e na moda as imagens da revelação da Fé. Mas não é a Fé objeto de nosso interesse, transportamos nossas reflexões para manifestações culturais de religiosidade expressas no cancionário popular.

O palco pelo qual observamos o imaginário contemporâneo é a urbanidade, no cotidiano espaço de circulação de todas as linguagens. Impregnação de imagens que no olhar apressado parecem únicas, como se fora camuflagens a formar singularidades. Todavia, é nesse percurso das ruas dos centros urbanos que apreendemos as convergências e divergências do corpo que se locomove em todas as direções.

Em meio à diversidade cultural das cidades, há uma ordem visual que se projeta para as dimensões sociais, lança formas comportamentais e crenças. Nela o tempo se funde em uma única dimensão: presente é o lugar do todo. Passado e futuro estão juntos no plano dos desejos, entre o corpo que circula pelas ruas e o corpo estático que expõe o objeto de desejo nas vitrines.

A cidadania e moda ganham materialidade em sujeitos de um discurso que se alimenta e realimenta constantemente, que se assimilam. Nas calçadas das ruas elegantes, o terno da vitrine passa no corpo ereto e tenso do executivo, ao lado da bela imagem feminina vestida nos padrões da moda, equilibrada em salto 15cm. Imagens do consumo incorporadas na individualidade transmitida pela posse da marca: estandarte do consumo, poder que reveste o corpo.

Em termos do consumo, a escolha realizada pelas marcas para evidenciar poder econômico, ao mesmo tempo externa o desejo da singularidade mediante a estrutura opaca da massificação. Neste sentido, julgamos pertinente a leitura de Lipovetsky:

Enquanto o universo do consumo tende a libertar-se dos enfrentamentos simbólicos, eleva-se um novo imaginário associado ao poder sobre si, ao controle individual das condições de vida. Daí em diante, os gozos ligados à aquisição das coisas se relacionam menos à vaidade social

que a um ‘mais-poder’ sobre a organização de nossas vidas, a um domínio maior sobre o tempo, o espaço e o corpo. (LIPOVETSKY: 2007p. 51/52).

O poder ao qual o autor nos remete se localiza na possibilidade de construir uma maneira própria de assinalar a individualidade, o modo de vida, bem como o uso do tempo:

...acelerar as operações da vida corrente, aumentar nossas capacidades de estabelecer relação, alongar a duração da vida, corrigir as imperfeições do corpo, alguma coisa como uma “vontade de poder” e seu gozo de exercer uma dominação sobre o mundo e sobre si alojam-se no coração do hiperconsumidor. (op.cit: 52)

Sendo os espaços híbridos em imagens e manifestações culturais, o hiperconsumidor, apontado por Lipovetsky, não está sozinho no tocante à manifestação da singularidade. Ao lado do terno e do salto 15 passam as roupas largas dos corpos soltos do desejo do poder oficializado pela moda: fé no objeto se contrapõe a Fé em Deus dos ‘manos’ da periferia.

Em termos gerais, a “ vontade de poder” se associa à busca pelos mecanismos de controle: acentuar a individualidade e, na projeção aos espaços sociais, sentir-se maior em relação ao cotidiano, marcando a cidadania do cotidiano. Por este aspecto, somos levados a pensar no próprio indivíduo enquanto objeto de consumo. Potência e impotência sintetizam o eixo do contraditório.

1- MATERIALIDADE DAS SUBJETIVIDADES

O homem entendido como produto de consumo também está inserido nas modificações dos ambientes organizacionais que, por sua vez, refletem os contextos externos. Ancorada no tempo, na competitividade e na empregabilidade, esta individualidade do sujeito produto de consumo. Para ele há uma oposição ao longo prazo das ações. O chamamento é para as respostas e ações imediatas que lhe trazem como opção, consciente ou não, o plano da ruptura com o passado e sua própria narrativa na busca por ser aceito pela cultura das novas instituições, nociva para a maioria dos que nelas atuam. (SENNETT:2006)

O corpo é emblemático de todos os elementos a serem destacados na formação da imagem do produto a ser vendido para que seja garantido o papel de funcionário. Questão: se tudo conduz à imagem individual, se os há estímulos à competitividade agressiva e esta é

revestida de maior-valia, em que medida as práticas destinadas à manifestação da individualidade são nutridas por ações circunscritas nas dimensões da Ética?

Neste contexto, Espiritualidade se transforma em discurso e produto. Diferentemente dos princípios morais, ou de toda manifestação religiosa que manifestem Amor, Compaixão, Perdão e ao chamamento das virtudes humanas no trato como próximo, a Espiritualidade discursiva é apresentada como revestimento moral e ético a compor a imagem pessoal auxiliando na formação do sujeito-produto.

Serge Gruzinski analisa o papel de imagens no final do século XVI ,no processo de descoberta e colonização do novo mundo. Em função dos obstáculos lingüísticos, a difusão impressa de gravuras fez com que as imagens dos Santos,difundidas através dos religiosos aos índios tivessem um papel importante na composição do “imaginário barroco”.(GRUNIZINSKI:2006)

O autor afirma que desde a chegada de Colombo à América, houve uma guerra de imagens que passava pela cultura indígenas e marcas culturais que os colonos traziam. O autor define o confronto como instauração de uma guerra de imagens que continua até hoje:

Os imaginários coloniais, assim como os de nossos dias, praticam a descontextualização e o reemprego, a desestruturação e a reestruturação das linguagens. A embrulhada das posições de vivência e da ficção, a difusão das drogas, a multiplicação dos suportes da imagem fazem também dos imaginários barracos da Nova Espanha uma prefiguração dos imaginários neobarrocos ou pós-modernos que são os nossos. (op.cit . p. 302)

O cenário apresentado não se distancia muito da América Latina e do Brasil. O “corpo barroco” está presente nas camisetas da moda que estampa imagens de santos nas camisetas e estas, por sua vez, ganham os espaços públicos como estandartes estilizados indicando a adesão à Fé. O corpo protegido do mal estar gerado pelas práticas da competitividade contemporânea.

São signos da cultura popular, das festas juninas e celebrações religiosas (re)motivados e a eles adicionados novos traços de sentido: no urbano santificado e ao mesmo tempo profanado. Imagens que saem dos templos e oratórios para entrarem nos bares, nos espaços noturnos, manifestando a Fé autorizada pelo passageiro discurso da moda e pelo consumo da espiritualidade.

2- FÉ NO CANCIONEIRO POPULAR

Em oposição ao corpo que expressa as marcas do sucesso, que procura integrar-se aos cenários da oficialidade organizacional e institucional, o corpo do rap manifesta em sua rede de signos o não pertencer, o não incluído. Nos estudos contemporâneos, muitas são as contribuições de trabalhos que destacam as minorias culturais e suas etnias, sobre a necessidade das sociedades reconhecerem e valorizarem as diversidades culturais. O rap expressa diversidade social.

A música urbana das periferias dos centros urbanos é expressão de um universo de discurso que se caracteriza por uma espécie de resistência contra as intervenções culturais niveladora. Mesmo que saibamos das características universais dos grupos de rap e da popularidade em termos globais, esse universo cultural assume as características da comunidade de origem. Nas intencionalidades desse trabalho, chamamos esse repertório de Cancioneiro Rap.

O *Cancioneiro do Rap* é um discurso poético, linguagem em uso, em movimentação. No plano da expressão, signos articulados em metáforas do cotidiano. Percebemos haver linguagens que traduzem linguagem, criando um estilo que se concretiza nos traços fônicos que compõem as palavras de uma nova gramática, uma outra sintaxe. No plano de expressão, revelação de valores do sujeito – poético que fotografa narrações com palavras através das quais cria e recria a urbanidade.

Conceber o Cancioneiro Rap como Discurso Poético implica percebê-lo em *expressão e conteúdo* inter –relacionados nos planos das linguagens verbal, musical e visual. Em decorrência, cada plano deve conduzir ao estabelecimento de uma *tipologia de correlações* entre os planos de *expressão e conteúdo*. A linguagem do cotidiano, a falar regular, é substituída pela criação, por projeções sobre a língua natural cotidiana de configurações não/ ou translingüísticas.

São signos complexos que formam redes de sentido tecidas pelo hibridismo cultural. Os signos nos transportam para a cultura global, para o lugar do fluxo contínuo de informações e imagens. Por este olhar, os signos não permitem leituras comandadas pelas relações binárias cristalizadas, uma vez que são outros os parâmetros. Os termos não são excludentes, comunicam – se, coexistem e ao mesmo tempo se diferenciam.

O corpo que carrega o cancionário Rap é solto na forma que abriga, são traços retos do corpo livre e que lhe dá uma amplitude dimensional, como se pudesse ser compartilhado simultaneamente por outro, ou cedido a outra forma corporal maior, como um revestimento que está pronto para transitar por quem os queira, sem que haja a interferência de uma oficialidade estética para o corpo.

A marca da Fé está presente nesse corpo através dos adornos que expressam a figura do Cristo. Volumosas correntes, medalhas e crucifixos em cor prata reiteram a religiosidade como valia. No tocante ao agente motivador da expressividade da Fé, encontramos nas canções referências de significações mais específicas de identidades. Não é na institucionalidade religiosa que encontramos a identidade, mas sim na personificação do Cristo, Deus, Mãe.

Se nos é possível identificarmos uma cultura Rap, por certo que seus valores estão presentes das linguagens que formam esse ideário. Logo, ter nas canções *corpus* para análise que nos conduza ao sentido de Fé, torna-se um percurso recomendável. Em que se fundamenta a adesão à Fé? Trata-se de uma variante de consumo? Há na presença do Cristo a necessidade de remotivação ética? Fomos buscar indícios em alguns fragmentos de canções.

Na canção *Jesus Chorou*, dos Racionais MC'S, deparamos com o Cristo mito e semelhante: homem através do qual, na observância de seu trajeto na Terra, os homens são libertados dos valores impostos pela sociedade:

..rosto pardo do profeta...verme sai da reta...a lágrima de um homem vai cair...esse é o seu B.O.
pa eternidade...diz que homem não chora...ta bom, falou...não vai pra grupo irmão aí JESUS
CHOROU !!!

Se Jesus, em sua condição de perfeição e filho de Deus, chorou, então chorar é humano. Estabeleceu-se relação de semelhança entre o Cristo Crucificado, conduzido à morte e que chorou e o homem que recebe o 'B.O.pa eternidade': é o sofrimento e morte que o aproxima do arquétipo de Jesus humanizado pela verdade do choro: irmão, semelhante.

Em *Us Guerreiro* de Rappin Hood, encontramos um Cristo como marca da resistência social, tal como herói negro, africano: arquétipo de um Jesus Zumbi dos Palmares.

...Persiste, pra entrar pro pelotão de elite/Um grande guerreiro é aquele que resiste/ Que não desiste mesmo na diversidade/Que bate de frente pela sua liberdade/ Axé, Jesus com nós pro que der e vier

O enunciador se reporta ao sujeito enunciatário, mostrando-se possuidor de Fé consciente simbolizada por um Cristo guerreiro, que resiste, não desiste, que luta pela sua liberdade. Qual é o objeto da resistência? Podemos entender que a resistência esteja situada em não negar a si e *Persiste, pra entrar para o pelotão de elite*. Se dermos à expressão *pelotão de elite* um sentido metafórico, iremos compreendê-la como negar a si para tornar-se querer ser o outro: percorrer os espaços negados pelas desigualdades.

Estamos diante de uma transitividade de traços culturais, próximos do que Michel de Certeau nomeou de os modos de proceder da criatividade popular. O autor destaca haver uma fabricação de uma poética que se dissemina e que é fruto da não passividade diante do produto apresentado para o consumidor cultural. Esse procedimento já é percebido desde a colonização. Aparentemente dominados, os índios, “submetidos e mesmo consentindo na dominação”, subvertiam, assimilavam ou recriavam valores impostos. (CERTEAU:1996)

“Axé, Jesus com nós pro que der e vier”. As marcas da religiosidade que no passado pertenciam ao discurso do dominador, foram trabalhadas e ressignificadas: Jesus guerreiro, irmanado na força dos Orixás, significando Fé e vitória ao que como ele ‘resiste’, não desiste e luta pela sua liberdade. A espiritualidade se traduz por ações:

Pois é, tem gente que não bota uma fé/ Não acredita que somos todos irmãos /Não acreditam que o sangue é igual/ É nesse mundo que você irá viver / Você tem de aprender a se defender/ Tem de saber, que não há nada errado / com seu tom de pele, seu cabelo enrolado

Fé é atitude e aceitação. O corpo emblemático do cançãoeiro Rap, traz Jesus Cristo como elmo do guerreiro contemporâneo que transita pela urbanidade, habita as periferias e é conhecedor e narrador do seu povo e suas histórias. A espiritualidade se reveste de força e consciência de que não há solidão, ainda que os olhares da elite não os percebe:

Querem que você seja um cara inconsciente/ Tipo um demente, uma marionete/ é isso que o sistema quer do negro quando cresce/ A escravidão não acabou é apenas um sonho/ Tem alguns brancos controlando o dinheiro do mundo/ Tem alguns negros guerreando contra todos e tudo/ E alguns manos nas ruas querendo roubar um banco/ Não seja um tolo, amante do dinheiro/ batalhe dia a dia pois você é um guerreir/Só os favelado, só os maloqueiro

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como expressão poética urbana, na qual o *eu lírico* vem carregado de um olhar diferente do sertanejo, o rap transporta uma axiologia híbrida, pela qual caminham as marcas de uma cultura comum ao homem brasileiro e ao mesmo tempo os signos da urbanidade originários da cultura de massa, do desenvolvimento dos sistemas de informação e dos desdobramentos próprios da globalização.

A Espiritualidade e a Fé realizam trajetos não lineares e perpassam tanto o corpo Cancioneiro Rap quanto o corpo que se reveste da Fé proposta pelo consumo. A cresce esta presente no corpo como marca religiosa de força e proteção. São diferenças em nível de superfície e semelhanças em nível profundo. Corpos em signos híbridos que têm na Espiritualidade a complementação de suas identidades.

Ler os espaços urbanos em sua complexidade revela a diversidade dos recortes culturais e a constituição dos sujeitos na expressão política de sua cidadania. Posiciona o pesquisador diante de diversidades intensificadas pelas emergências contemporâneas, tornando-se fundamental o olhar plural e interdisciplinar.

Neste sentido, não há um par binário a compor a leitura dos discursos em termos dos valores e identidades para os estudos atuais. Os termos se interligam e geram novas associações, e um termo não elimina o outro. Da mesma forma que os sujeitos da temática que escolhemos ao se revestem da Fé e da Espiritualidade terminam por mostrar que os corpos caminham em busca de um Planeta que se sinta plural em suas escolhas, que seja mais tolerante e pacífico.

POPULAR CULTURE, DAY-TO-DAY POLITICS AND (RE)SIGNING OF SPIRITUALITY

ABSTRACT

This cross-disciplinary study propose itself to examine aspects of the urban culture in the sense of body and fashion. Based on the Semiotic of Cultures and on the contemporary studies about the consumption, it shoes the aspects of the spirituality aroused in the contrastive universes: the official fashion and the emanated from the popular poetic of RAP. It analysis the religious sign, the values in the circulation in the identity formation.

Key-words: Semiotic of the Culture; Cultural Identity; Communication; Urban Culture; Languages.

REFERÊNCIAS

CERTEAU, Michel. *A invenção do Cotidiano. Artes de fazer*. Tradução: Ephaim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ -: VOZES, 1996

SIMÕES, Darcilia&MELO, Eliana. M. *Linguagens, Criatividade e Sentidos: pelos percursos da semiótica do cotidiano*. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2008. p.390.<http://www.dialogarts.uerj.br>

GRUZINSKI , Serge. *A Guerra das Imagens. De Cristóvão Colombo a BladeRunner (1492-2019)*. Tradução Rose Freire d' Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras: 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SENNETT, Richard. *A cultura do NOVO CAPITALISMO*. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro/ São Paulo: Record, 2006.