

OS OBJETOS DA IDENTIDADE NEGRA: CONSUMO, MERCANTILIZAÇÃO, GLOBALIZAÇÃO E A CRIAÇÃO DE CULTURAS NEGRAS NO BRASIL*

Livio Sansone

No Novo Mundo, os negros criaram de forma ativa uma cultura e uma "África" próprias. A deportação atlântica, a sociedade de *plantation*, a abolição da escravidão, a liberdade e o ajustamento à modernidade foram os contextos nos quais os negros tiveram de redefinir, geralmente em um curto período de tempo, e sob pressão intensa, o que seriam suas culturas e como elas se manifestariam (ou como deveriam se manifestar). Suas novas culturas tinham de significar algo e ser inteligíveis para os próprios negros¹ — que no início provinham geralmente de origens diversas — bem como, embora de outra forma, para os brancos. Por definição, a criação de novas culturas centradas na experiência de um africano no Novo Mundo, em vez de relacionar-se à nação, era um fenômeno transnacional.

No processo de mercantilização de uma nova cultura "negra" (uma dinâmica ativada tanto interna quanto externamente), certas características e certos objetos são escolhidos para representá-la como um todo — para objetificá-la, tornando-a sólida e material. A seleção é feita segundo as particularidades de cada sistema de relações raciais. No entanto, tais objetos geralmente estão ligados ao corpo, aos costumes e ao comportamento, como elementos formadores de um estigma ou como sinais de mobilidade e sucesso. Por meio de um processo de inversão de valores — algo que Appadurai (1986) provavelmente chamaria de desvio —, esses objetos costumam ter para os negros um significado especial, diferente do que significam sob a ótica daqueles que os oprimem. Podemos citar como exemplo, no Brasil, os sapatos usados pelos homens livres ou pelos escravos fugitivos para se diferenciar dos escravos descalços. Ou as jóias, o ouro e os ternos espalhafatosos por meio dos quais os escravos se distinguiram de outros escravos e procuravam impressionar ou mesmo humilhar seus senhores. Ou ainda os barcos que os escravos pescadores faziam questão de exibir em suas limitadas horas livres para demonstrar que não se submetiam à proibição de ter algo além de canoas.

Durante muito tempo o consumo foi algo de que a maioria dos negros era excluída — principalmente os escravos. Proibições em relação ao consumo (ostentoso) destinavam-se a desumanizar e a marcar a exclusão. Não admira que ainda hoje os direitos civis sejam comumente distribuídos em função do que se pode consumir, do livre acesso aos rituais associados ao consumo ostentoso e ao que desse consumo se pode fazer notar em público. O consumo, portanto, também é um marcador étnico, bem como uma forma de oposição à opressão, uma maneira de, como negro, fazer-se visto ou mesmo ouvido. Por um lado, historicamente o consumo tem sido uma forma poderosa de expressão da própria cidadania e vem adquirindo cada vez mais importância na determinação do *status* entre os negros no Novo Mundo. Por outro lado, historicamente também, para grandes grupos de negros marcados pela escravidão e por suas consequências, a posição no trabalho não tem sido central para a construção da personalidade. Frequentemente o que se pode chamar de “hedonismo negro” — resultado de uma relação conflitante com o trabalho assalariado — constitui as formas culturais criadas pelos negros e o modo como os não-negros as encaram: com uma mistura variada de desdém e sedução. Nas últimas décadas, esse hedonismo tem se manifestado especialmente entre os jovens negros, e mais ainda entre aqueles de classe social mais baixa. Embora, em muitos sentidos, eles experimentem uma relação com a produção e o consumo muito similar à que ocorre com outros grupos de jovens (de classe baixa), os jovens negros geralmente somam uma perspectiva étnica a essa relação e, além disso, parecem celebrar sobremaneira o consumo — e o consumo glamouroso em particular.

Há uma história de influência mútua e interdependência do consumo ostentoso com as expressões culturais negras, segundo a qual consumir de acordo com uma certa tendência pode se tornar parte daquilo que constitui a identidade negra. Assim, apesar de os vários discursos a respeito dos negros — feitos por eles ou não — enfatizarem a pureza cultural, a “ancestralidade” e a oposição ao comércio como algo intrínseco à negritude, a relação com a “modernidade” e a mercantilização é complexa, frequentemente sugerida e tão antiga quanto a criação da cultura negra no Novo Mundo. A ênfase no consumo, mencionada anteriormente, soma-se à complexidade dessa relação. Ademais, esse processo se acelerou e recentemente se intensificou. Comercializando certas características dessa cultura, a globalização ao mesmo tempo as dissemina pelo mundo. Esse processo leva a um grau maior de interdependência com áreas da cultura urbana “branca” e a uma internacionalização subsequente do banco de símbolos nos quais as culturas negras podem buscar inspiração.

Talvez essa interação com a “cultura branca” e com o lazer e o prazer dos brancos, que às vezes toma a forma de uma simbiose, diferencie as culturas negras da maioria das outras culturas étnicas no mundo ocidental.

Este artigo tem como objetivo destacar os elementos usados pela mercantilização das formas tradicionais e modernas daquilo que é comumente entendido como cultura afro-baiana. O texto trata também do processo de troca simbólica e material dessa versão local da cultura negra com as culturas negras de outras regiões do Atlântico, bem como com a cultura negra jovem global. Ademais, como os objetos negros mercantilizados viajam — e geralmente bastante —, as características, as direções e as hierarquias desses fluxos entre os centros e as periferias ao longo do Atlântico negro também serão analisadas. Este é um artigo exploratório, que não resulta de um trabalho de campo específico, mas relaciona-se com uma série de temas levantados por minha pesquisa sobre globalização e identidade negra em Salvador e no Rio de Janeiro. Nas duas cidades concentrei-me na juventude de classe baixa, mas também voltei minha atenção, em certa medida, para um número crescente de negros de classe média.

Consumo e mercantilização nas formas afro-brasileiras tradicionais

Duas variantes principais podem ser identificadas na história da cultura afro-brasileira, cada uma delas associada a uma cidade, Rio de Janeiro e Salvador. Relatos científicos e discursos populares tenderam a associar a primeira à mestiçagem e à manipulação cultural e a segunda à identidade negra e à pureza cultural.

No Rio de Janeiro, o processo de mercantilização da cultura negra tem girado principalmente em torno de dois elementos bem conhecidos e inter-relacionados: samba e carnaval. No período que se estende dos anos 20 aos 60, ambas as expressões ascenderam dos guetos ao estatuto de pedra angular da representação (espetacular) da brasilidade. De um lado, diversos intelectuais nacionalistas propuseram-se a ser intelectualmente “orgânicos” em relação à cultura popular (negro-mestiça). De outro, uma variedade de “intelectuais populares” negros (normalmente poetas e criadores de letras de samba), como Pixinguinha e Paulo da Portela (Viana 1995; Farias 1998), começou a ganhar destaque, reunindo-se nas escolas de samba, que, a partir de então, passaram a ser vistas como o caldeirão onde a cultura popular moderna autêntica era criada. Por meio de

uma interação complexa desses dois grupos, a cultura negra no Rio tornou-se equivalente a tocar samba, em particular percussão, escrever letras de samba e ser um virtuoso na dança durante o desfile de carnaval.

Diversos outros itens poderiam ter sido escolhidos como "típicos" do Rio de Janeiro negro — por exemplo, o jongo ou a umbanda, versão local do sistema religioso afro-brasileiro. No entanto, o jongo converteu-se em uma dança praticada em uma única região de classe baixa, a Serrinha, até que recentemente um grupo de ativistas negros decidiu elegê-lo como a forma mais autêntica e menos corrompida de criatividade cultural negra no Rio. Por sua vez, a umbanda — que com frequência foi tratada por antropólogos (Bastide 1967; Ortiz 1988) como uma forma de religião negra "poluída" e "branqueada" porque seu panteão inclui, além de um conjunto de deidades de origem africana, elementos do kardecismo, de diferentes tipos de magia negra e do catolicismo popular — continua muito difundida nas classes baixa e média-baixa, mas dificilmente é apresentada como algo típico da cultura negra. De fato, como um umbandista me disse: "A umbanda é o Brasil, o candomblé é a África". Isto nos ajuda a entender por que um número pequeno, embora crescente, de ativistas negros do Rio preferiu centrar seus esforços de busca de identidade em alguns poucos templos de candomblé² "mais genuinamente africanos" na periferia da cidade, criados ao longo das últimas décadas por imigrantes do Nordeste ou por ex-umbandistas que às vezes até reclamam uma genealogia direta com algum terreiro da Bahia.

Se alguns elementos selecionados a partir das expressões culturais dos negros do Rio tornaram-se essenciais para a representação pública da brasilidade — internamente e, mais ainda, no exterior —, um conjunto de itens tomados da cultura afro-baiana tradicional tornou-se fonte obrigatória de inspiração para a criação de culturas negras no Brasil, onde quer que seja. Nessas representações, a Bahia é o oposto do Rio de Janeiro. Neste último, a manipulação cultural, em uma variedade de formas, é considerada parte da espinha dorsal da criatividade cultural negra — o desfile de carnaval, embora altamente comercializado e hierárquico, ainda celebra como algo engenhoso e bonito o sincretismo, o ato de "tomar emprestado" e mesmo a elaboração de colchas de retalho culturais, que de fato podem dar a uma ou outra escola de samba o primeiro prêmio na competição. Por sua vez, nas representações da cultura afro-baiana feitas tanto externamente como por um grupo seletivo de integrantes seus que operam como representantes e porta-vozes da comunidade negra, o que é considerado engenhoso e bonito é a capacidade de se relacionar à África ostensivamente e, mais geralmente, de ser leal às tradições. O sincre-

tismo pode ser um instrumento dessa dinâmica, desde que seja usado para recriar o passado e as ligações com a África (Capone 1999; Teles dos Santos 1999). Assim, de certa forma, os porta-vozes dos negros no Rio olham para a Bahia como a principal fonte de pureza africana, enquanto os porta-vozes dos negros na Bahia olham para a África como a principal fonte de inspiração e legitimação de seu papel como a Roma Negra das Américas.

No Rio, dos anos 20 aos 50, a cultura negra foi largamente mercantilizada em torno do Carnaval, enquanto na Bahia, aproximadamente no mesmo período, constituiu-se como uma cultura religiosa e mercantilizada principalmente em torno do universo simbólico do sistema religioso afro-brasileiro e de seus objetos "africanos". O candomblé e as interpretações da cultura negra e da vida social em geral, como algo que girava em torno desse sistema religioso, foram os responsáveis, em grande parte, pela posição superior que a Bahia ganhou na escala herskovits de africanismo na América: com o interior do Suriname e o Haiti, esta foi a região onde supostamente os traços africanos teriam sido mais retidos (Herskovits 1941:27). Um impulso adicional à centralidade do candomblé foi dado pelo Museu Afro-Brasileiro da Bahia, o primeiro deste tipo no país, fundado em 1974. A coleção consistia basicamente, e ainda consiste, em imagens e estátuas de orixás, acessórios, vestimentas e instrumentos musicais usados no candomblé. Esses objetos são exibidos ao lado de seus "correlativos" da África Ocidental (dos cultos yoruba) selecionados em Dahomey (atual Benin) pelo fotógrafo-etnógrafo francês Pierre Verger, que se estabeleceu na Bahia em 1942, e que já tinha sido o curador de dois museus de gênero bastante similar em Ouidah, Benin. Verger ocupou uma posição formal em um conhecido terreiro de candomblé e foi uma figura-chave no restabelecimento da troca cultural entre o Brasil e a África Ocidental (Fry 1984). Antes dele, vários antropólogos e sociólogos conhecidos já haviam ficado fascinados por essa Roma Negra: Donald Pierson (1942), Ruth Landes (1947), Franklin Frazier (1942; 1968) e Melville Herskovits (1941; 1943). Todos, embora a partir de diferentes perspectivas, deixaram a Bahia profundamente impressionados pelos traços "africanos" no candomblé.

Há, contudo, objetos menos conhecidos que também passaram a representar a cultura material negra tradicional da Bahia; ou ainda, comportamentos que passaram a ser vistos como "típicos" da cultura negra. As mulheres do acarajé, ou simplesmente baianas (mulheres, geralmente de compleição bastante negra, que vendem nas ruas doces e comidas afro-baianas típicas), têm sido, há séculos, o ícone mais visível do "afr-

canismo" na vida pública. Viajantes estrangeiros, antropólogos, fotógrafos e turistas foram seduzidos por essas mulheres, vestidas com seus sofisticados e caros panos da costa (que, diz-se, é tão genuinamente africano que não se pode mais encontrar na África moderna) e conhecidas por sua relação com o candomblé (as baianas mais "autênticas" mostram seus laços com o alto candomblé usando cordões coloridos de uma deidade específica e separando em seus tabuleiros um pouco de comida para seus "santos" ou orixás pessoais). No passado, essas mulheres foram consideradas socialmente perigosas, fofoqueiras, perniciosas, por causa de seus poderes de magia negra, e mesmo uma fonte de preocupações relacionadas à higiene pública. Lembrança visível de quão forte era a presença africana na Bahia. A partir dos anos 40, no entanto, as baianas tornaram-se personagens centrais nos romances do escritor Jorge Amado e na etnografia de Pierre Verger.

Uma transformação similar de *status* ocorreu em relação à cozinha baiana em geral. Diversos folcloristas (por exemplo, Viana 1979) testemunham o fato de que nos anos 30 se podia falar de um "racismo culinário", por meio do qual, para a classe média de pele clara, tudo o que fosse preparado no dendê era considerado sujo, nada saudável e adequado apenas aos negros. Já nos anos 40, contudo, vários livros celebravam a cozinha baiana por sua "alteridade", por ser a contribuição africana à cozinha nacional brasileira — que é vista como um sistema que integra, tal qual a "raça" brasileira, três influências: o branco/português, o negro, e o índio. Hoje o dendê é aceito por todos, seja como parte da vida cotidiana para as classes baixas ou restrito aos dias especiais para as classes média e alta.

Uma inversão de valor também se deu em torno do corpo negro. Dois exemplos podem ser citados. Nos anos 20, a capoeira, acompanhada pelo berimbau e por cantos entoados em grupo (incluindo geralmente um léxico considerado yoruba ou bantu), tornou-se um "esporte nacional". A condição para isso foi a aceitação de um conjunto de regras escritas e morais destinado a enfatizar que a capoeira não era (mais) uma atividade para a juventude inculta ou uma forma de luta de rua ritualizada. As facas e as pedras foram banidas e o contato físico real foi restringido ao mínimo. A capoeira tornou-se a arte marcial brasileira. De uma forma que lembra a distinção, formalizada também naqueles anos, entre a umbanda e o candomblé, a capoeira foi dividida em duas escolas, com regras, associações e relações políticas diferentes. A regional era (e ainda é) mais acrobática, rápida e aparentemente violenta. A angola, por sua vez, sempre se caracterizou como mais suave, acompanhada de canções que

incluem muitas palavras tidas como de origem africana, mais lenta e mais estreitamente associada ao autoconhecimento e à negritude. A partir dos anos 70, a capoeira angola começou a atrair muitos ativistas negros, intelectuais e turistas com escolaridade superior ou viajantes ansiosos por praticar um esporte negro "autêntico". A capoeira regional tornou-se parte do treinamento do exército e da polícia e é freqüentemente ensinada em academias esportivas, ao lado de outras artes marciais. Curiosamente, a angola, que tem um número de seguidores muito menor e mais restrito no Brasil, é sobre-representada entre as escolas de capoeira abertas no exterior por uma nova geração de negros brasileiros. Tais escolas podem ser encontradas nos Estados Unidos, na Alemanha e na Holanda.

Até os anos 40, mostrar a ginga (balanço identificado como algo típico dos negros) poderia significar problemas com a polícia, que a classificava como forma de mau comportamento. O rebolado, por sua vez, era incompatível com as mulheres de boa reputação e era visto como um hábito típico da classe baixa (ver Landes 1947). Ambas as palavras, contudo, apareceram nas letras das músicas cantadas por Carmem Miranda (uma branca de cabelos negros nascida em Portugal), que, com seus famosos trajes de frutas tropicais, fez fortuna dando a esses termos uma nova roupagem em diversos filmes de Hollywood daquela época. A partir de então, tornou-se claro que a ginga e o rebolado não eram, como tais, um obstáculo à mobilidade social, mas talvez a contribuição brasileira à modernidade (desde que propriamente apresentados). O recente sucesso do afro-pop baiano foi ainda mais longe e fez de sua forma supostamente especial e sensual de movimentar-se — tida como típica de homens e mulheres da Bahia — parte da maioria de suas letras e de suas *performances* no palco. Nos últimos três anos, cursos intensivos da "sensual dança baiana" foram dados na semana anterior ao Carnaval para turistas nacionais e estrangeiros.

Os processos de mercantilização, incorporação de certas mercadorias negras à auto-imagem nacional e comercialização desenvolveram-se lado a lado com duas tendências: a) a chamada reafricanização da cultura afro-brasileira neste século (Risério 1986); b) a desestigmatização de várias expressões culturais tidas como típicas dos negros na Bahia urbana, o que lhes permitiu tornarem-se parte da imagem pública do Estado da Bahia (Sansone 1999). As duas tendências receberam contribuições internas e externas, por meio das quais se identificaram no complexo de traços da cultura afro-brasileira aqueles que eram "puros", que supostamente expressavam a contribuição mais sofisticada das nobres culturas africanas para a cultura e a nação brasileiras. A esses traços puros, opu-

nham-se outros supostamente “menos nobres” e “impuros”, que representavam as culturas africanas menos sofisticadas, ou traços que tinham sido corrompidos pelo sincretismo exagerado envolvendo um conjunto de forças negativas na cultura brasileira, tais como a mentalidade do malandro, a magia dos índios “civilizados”, o catolicismo popular e, por último, mas não menos importante, as magias negras africana e não-africana. Nessa dicotomia, as influências africanas boas eram associadas ao que se definiu, alternativamente, como culturas yoruba, nagô ou mesmo sudanesa, dos escravos trazidos da África Ocidental subsaariana. De acordo com uma longa série de intelectuais, a partir da metade do século XIX (Nina Rodrigues 1932), os escravos dessa “sofisticada” parte da África estiveram fortemente representados entre os africanos na Bahia e em outras partes do Brasil, onde as formas “mais puras” do candomblé apareceram, como no Maranhão. Nos locais onde o sistema religioso africano tornou-se marginalizado, identificou-se esse fenômeno à suposta origem bantu dos escravos. Os Bantu eram freqüentemente descritos como toscos e ineptos se comparados aos Yoruba-Nagô-Sudaneses. Isto é, mais propensos a se submeter a seus senhores ou a combatê-los por meio da mais infame magia negra. É notável que essas construções polarizadas a respeito da presença africana no Brasil também tenham alimentado uma polaridade interna típica de todas as versões da cultura negra no mundo afro-latino ou afro-católico de que tenho notícia³ — as polaridades pureza/resistência e manipulação cultural/ajustamento, os dois extremos entre os quais os negros tradicionalmente construíram suas estratégias de sobrevivência bem como os discursos sobre elas.

Tal polaridade no interior da cultura e da população negras também recebeu apoio e, portanto, ganhou *status* não apenas por meio dos intelectuais nacionalistas da virada do século — que pretendiam definir o que seria a raça brasileira —, mas também por intermédio de diversos antropólogos e historiadores importantes, como Tannenbaum, Herskovits, Pierson, Elkins, Verger e Bastide (ver Góis Dantas 1988; Gonçalves da Silva 1995). Curiosamente, a importância que deram ao Yoruba em detrimento do Bantu era parte de sua tentativa de oferecer uma imagem positiva da afro-Bahia perante o resto do mundo. De fato, como geralmente ocorre com os trabalhos acadêmicos sobre fenômenos de etnicidade e nacionalismo (ver Handler 1988), os cientistas sociais e os porta-vozes ou *entrepreneurs* étnicos — por meio de agendas diferentes mas convergentes — tendem a fornecer uma imagem similar e igualmente simpática do grupo de que tratam. Este é então descrito como mais coeso, homogêneo e integrado do que poderia ser o caso se a agenda do

observador fosse diferente. Além disso, também as agências governamentais locais e federais contribuíram para esse processo de atribuição de *status* intelectual e primazia ao Yoruba, purgando o máximo possível o que classificaram como elementos “impuros” e promovendo outros aspectos da cultura negra considerados por eles “mais puros”, dignos e civilizados. Em contrapartida, já nos anos 40, vários aspectos-chave da comunidade negra ganharam notoriedade e mesmo aceitação em certos momentos da vida cultural da elite. Diversos brasileiros foram promovidos a dignitários da cultura afro-brasileira⁴. Naqueles anos, dois congressos afro-brasileiros internacionais, no Recife e em Salvador, que reuniram vários dos mais conhecidos cientistas sociais⁵, também convidaram os religiosos mais famosos e “tradicionais” daquela comunidade e lhes ofereceram um palco de prestígio. A interação de cientistas sociais com a comunidade negra e a cultura afro-baiana foi tão longe que, a partir dos anos 30 e em certas ocasiões mesmo antes disso, diversos cientistas sociais importantes participaram ativamente da vida de determinados terreiros de candomblé e passaram a falar em nome dessas organizações — normalmente concluindo que o terreiro “deles” é mais puramente yoruba que outros e fornecendo apoio científico para a dessincretização do culto pelo banimento de símbolos e práticas associadas ao catolicismo popular. Essa conexão entre antropologia e teologia desafia aqueles antropólogos que acreditam que as ciências sociais devem ser seculares.

Nessa sinergia entre cientistas sociais e porta-vozes da população negra baiana os termos *comunidade negra* e *cultura afro-baiana (tradicional)* tornam-se categorias-chave. Porém, por serem baseados em definições estreitas da cultura e da comunidade negras, não serviam, e de fato ainda não servem, para vários subgrupos da população negra.

Na Bahia, o termo *comunidade negra* não tem o mesmo sentido com que é utilizado nos Estados Unidos; em vez disso, refere-se a uma combinação de ativistas e intelectuais negros com aqueles que visitam os cinco terreiros de candomblé mais celebrados, mais “tradicionais” e mais “puramente africanos”⁶. Esta definição estreita foi adotada pelos meios de comunicação de massa populares e pelo Estado da Bahia, que a inscreveu em sua nova Constituição de 1982.

Cultura afro-baiana é um termo que geralmente se aplica a uma definição restrita de cultura como algo centrado em torno da prática e dos símbolos do sistema religioso afro-brasileiro, que se articula na culinária (caracterizada pelo uso do azeite de dendê e por uma associação mágica de cada ingrediente e cada prato com um santo do panteão do candomblé) e na música de percussão (com cada batida de tambor destinada a

chamar um determinado santo ou relacionada a uma parte da liturgia do candomblé). Até os anos 70, nas ciências sociais, a cultura afro-baiana era definida como um fenômeno da classe baixa. Indivíduos da classe média, argumentava Bastide (1967), só poderiam participar da cultura afro-brasileira pelo "princípio de corte", desenvolvendo uma consciência dupla ou mesmo uma personalidade dividida, metade branca e metade negra (de classe baixa). Do contrário, tais indivíduos estariam expostos à esquizofrenia. Para Bastide e muitos outros (Ramos 1939; Carneiro 1937), a prática da cultura negra não se podia conciliar com a mobilidade social ascendente (Figueiredo 1999) e, mais geralmente, com a modernidade⁷. Ainda se pode discutir se de fato assim era no passado, mas, atualmente pelo menos — como veremos adiante —, a situação é diferente.

Novas condições para a cultura negra: mais mercantilização?

Os objetos e os traços que caracterizam a cultura negra e o papel da África nesse processo mudaram bastante nos últimos vinte anos⁸. Após um estágio de intensa industrialização e crescimento econômico nos anos 60 e 70, o Brasil entrou em uma longa década de recessão da qual ainda não se recuperou completamente; à democracia tumultuada do pós-guerra seguiu-se a ditadura militar, e novamente a democracia, da metade dos anos 80 em diante, acompanhada por um rápido desencantamento político; e a população, que era 70% rural, passou a ser 70% urbana. Uma mudança nos padrões educacionais levou à "revolução das expectativas crescentes" em todos os estratos da sociedade — mesmo que o crescimento educacional não tenha alcançado as exigências de um mercado de trabalho mais tecnológico. Ao longo dos últimos anos, pela primeira vez, uma parcela pequena, mas crescente, da população (aproximadamente 2%) começou a viajar para o exterior beneficiada por uma taxa de câmbio favorável (até a desvalorização do real em 1999) e pela possibilidade de revender bens estrangeiros em grande quantidade quando da volta ao país.

Esse processo complexo, que aqui posso apenas apontar, leva a uma ampliação geral dos horizontes em relação aos quais os negros brasileiros situam a construção de suas estratégias de sobrevivência. Pela primeira vez também um grupo relativamente grande de negros, a maioria jovens, pensa e sente internacionalmente. Além disso, a crescente especialização e a ressegmentação do mercado de trabalho desenvolveram-se lado a lado com o estreitamento da distância simbólica entre as expectativas de diferentes classes sociais em relação à qualidade de vida, ao

poder de compra e à qualidade de trabalho. Como consequência dessa demanda por ascensão social, um número crescente de empregos passou a ser visto, na consciência das classes baixas, como indesejável ou "sujo". Ao longo desse período, a sociedade brasileira tornou-se menos hierárquica em termos de classe, gênero e cor, especialmente como consequência das mensagens de igualdade e das referências aos direitos individuais imersas no processo de democratização e promovidas através da elevação do nível médio de educação, bem como por meio do trabalho dos meios de comunicação de massa (no Brasil, as telenovelas têm sido um veículo-chave para tais mensagens; Vink 1989). Por outro lado, para os jovens negros, principalmente, parece possível ultrapassar as barreiras sociais antes consideradas obstáculos intransponíveis. Na população negra, finalmente, um grupo de renda média está se tornando visível. Esse grupo se sente desconfortável com as construções tradicionais da identidade negra como um fenômeno da classe baixa e com a caracterização dos negros como indivíduos incapazes de consumir símbolos de *status* ou que o fazem de maneira grosseira por causa de sua "falta de modos". Não é por acaso que, no Brasil, uma parcela crescente das queixas em relação à discriminação racial resulta da preocupação dos negros mais bem-educados e está relacionada ao consumo, normalmente de supérfluos ou de serviços de alta qualidade (Guimarães 1997). Tudo isto certamente cria novas condições para a cultura negra e sua mercantilização.

Abaixo, os novos elementos e objetos por meio dos quais a cultura negra moderna se distingue dos meios culturais dos não-negros e da cultura afro-baiana tradicional. A última ainda é importante, mas como fonte de inspiração, como uma escolha, mais do que como uma imposição.

O cabelo negro, objeto por meio do qual a filiação étnica pode ser mostrada ou negada (Mercer 1994), é agora muito mais manipulado e adornado de diferentes maneiras que outrora. Ao lado de produtos caseiros (cosméticos de ervas e instrumentos para trançar cabelos crespos), novas mercadorias importadas e, mais recentemente, produtos estrangeiros fabricados nacionalmente sob licença de companhias de outros países tornaram possível usar o cabelo, "falar por meio do cabelo", de maneiras muito mais diversas do que apenas tendo a opção de se alternar entre "elegante" (o que, geralmente, significa cabelo alisado para as mulheres e curto para os homens) ou *outsider* (uma das formas pelas quais os bêbados são estigmatizados é por meio de seu cabelo desarrumado). Atualmente, as mulheres e, em uma extensão menor os homens, dispõem de uma grande variedade de cortes e penteados por meio dos quais podem "falar", negociar e se situar. As mulheres podem deixar os cabelos enca-

racolados, submetê-los a relaxamento ou usá-los ondulados; os homens podem adotar cortes quadrados (também chamados caixa), fazer desenhos à máquina nos cabelos, usá-los cacheados ou fazer uma variedade de tipos de tranças (Figueiredo 1994).

A linguagem do corpo também é um domínio no qual a negritude pode ser abertamente mostrada ou mesmo praticada — criando-se numerosas formas novas de saudação, caminhando com balanço e dançando (e aqui haveria uma longa lista de novos estilos de dança; ao menos um novo estilo é lançado a cada carnaval).

Essa *performance* pública de uma suposta (nova) sensualidade negra é verbalizada pela adoção de uma variedade de termos, alguns novos e outros tradicionais, mas redescobertos. Este é o caso de termos como ginga, suíngue (do inglês *swing*) e axé (uma palavra yoruba que expressa o “estilo de vida” baiano como uma filiação ao universo do candomblé, e que significa “alma”). Também etnicamente essa nova cultura negra se distingue adotando o termo *negro* — palavra de popularidade crescente entre as gerações mais novas, especialmente entre os mais bem-educados (Sansone 1993) — para definir a pessoa negra. Até então tal termo era usado principalmente por ativistas negros e na Teologia da Libertação.

Outro domínio por meio do qual essa nova cultura negra se torna visível é a moda. O visual afro, que na Bahia chegou no fim dos anos 60 por meio das imagens de James Brown e The Jackson Five, agora se diversificou em uma série de variantes: os robes e os turbantes africanos que são usados especialmente durante o carnaval e em uma série de eventos relacionados a este; o visual funkeiro dos fãs de música eletrônica e dançante; e o visual dos ativistas negros, que incorpora um conjunto heterogêneo de atributos afro e “africanos”.

Todos esses objetos negros são expostos e vivenciados em uma série de contextos, alguns dos quais são relativamente novos: as associações afro-carnavalescas, seus ensaios públicos nos seis meses que precedem o carnaval, os concursos de beleza negra organizados por essas associações e pelas emissoras de rádio e TV. Além disso, também ganham um novo tratamento em dois domínios importantes da cultura afro-baiana: a capoeira, que se transformou em um lugar para a redefinição da identidade negra e uma importante atração turística quando praticada na rua, e a cozinha baiana, que agora reclama suas raízes africanas sempre que exibida para terceiros. Ademais, a capoeira, a cozinha baiana e, em menor extensão, a dimensão afro/africana do carnaval baiano e uma série de terreiros de candomblé mais “puramente africanos” tornaram-se mercadorias onipresentes nas brochuras e nos passeios turísticos por Salvador.

A defesa desses objetos negros como típicos da negritude moderna é associada a uma inversão de sua aura, originalmente de classe baixa, por um processo de desclassificação, e a uma ênfase renovada no corpo (negro). Podemos considerar o corpo negro uma mercadoria? Certamente era assim durante a escravidão, quando as mercadorias podiam ser também pessoas, e não apenas coisas (Kopytoff 1986). Este pode ser o caso ainda hoje, se entendermos o corpo em um sentido mais amplo, incluindo cortes de cabelo, roupas, jóias, maquiagem, outros artefatos e mesmo os gestos e a fala.

Para resumir, isso a que chamamos “nova cultura negra baiana” distingue-se por uma variedade de características-chave. Centra-se mais na cor e no uso estratégico do corpo negro que no universo simbólico do sistema religioso afro-baiano; tem uma conexão muito mais próxima com a cultura jovem e a indústria do lazer e da música (indústria que, juntamente com a do turismo, cresceu enormemente nos últimos trinta anos); volta-se mais do que nunca para uma dimensão internacional; e dá uma ênfase renovada ao consumo. Em outras palavras, a nova geração de jovens negros e mestiços baianos insiste em querer ser negra *E* moderna. Sua nova etnicidade, baseada na estetização da cultura negra e em um uso ostentoso do corpo negro, presta-se a uma atitude totalmente diferente em relação ao consumo e, em contrapartida, cria novas condições para a mercantilização; quando menos porque hoje uma variedade de culturas negras mercantilizadas, de objetos negros, está presente nos fluxos globais.

Importação e exportação na cultura negra

Os objetos negros sempre circularam através de longas distâncias e de longos períodos de tempo. Como já foi bem documentado, entre outros, por Verger (1987) e, recentemente, por Matory (1999a), a Bahia manteve um intercâmbio constante com o Golfo de Benin durante e logo depois da escravidão. A presença de ex-escravos brasileiros com suas famílias em cidades daquela costa, como Lagos, Ouidah e Porto Novo, facilitava esse intercâmbio. Não somente escravos eram motivo e motor desses fluxos, mas também produtos como tabaco, noz de cola, aguardente, tecido e, mais tarde, indumentárias e objetos associados à prática das religiões afro-brasileiras, e até idéias e textos.

Mas, a partir dos anos 10 e até aproximadamente a Segunda Guerra Mundial, a importação de mercadorias negras era limitada e ocorria, de

modo geral, no âmbito dos canais oferecidos pelas redes (neo)coloniais que ligavam a Bahia à África lusófona e pela Igreja Católica. A influência cultural internacional sobre a Bahia era relativamente fraca e muito menos padronizada pelos Estados Unidos que atualmente. No caso da música popular, os estilos norte-americanos eram menos influentes que os estilos caribenhos e latino-americanos⁹. O turismo era quase inexistente; os viajantes e um número limitado de cientistas sociais, como Herskovits, Frazier e Verger, eram responsáveis por algumas conexões internacionais. De fato, até a Segunda Guerra, ao longo do Atlântico negro, a maior parte da troca ocorria dentro — e não através — das áreas lingüísticas (inglesas, francesas, espanholas e portuguesas). Recentemente essa troca se acelerou e diversificou. Hoje a importação envolve, principalmente, objetos negros associados, de uma ou outra forma, à "identidade negra moderna".

No campo musical, o *reggae* — com seus complementos estilísticos espetaculares — é indubitavelmente o gênero estrangeiro mais influente. Outros gêneros de música negra estrangeiros o são apenas raramente. A música (pop) africana teve pouca penetração no mercado brasileiro e, de fato, é difícil de vender, com a exceção ocasional de alguns produtos híbridos, tal como o álbum *Music for the Saints*, editado por Paul Simon. Ou seja, o som africano — uma importante fonte de inspiração para a maioria dos músicos brasileiros — é mais imaginado que ouvido. Os músicos brasileiros apenas têm acesso à música africana quando estão no exterior, onde muitos deles residem e têm seus discos produzidos (a respeito da música popular no Brasil e sua comercialização, ver Sansone e Teles dos Santos 1998; Perrone e Dunn no prelo).

Boa parte desses objetos negros modernos e estrangeiros relaciona-se aos domínios do comportamento e do cuidado com o corpo. Com frequência, elementos que definem um estilo negro (jovem) específico — roupas, cabelo, ornamentos pessoais e certos comportamentos — são importados como bens, ou como modelos a serem imitados por meios locais. Em Salvador, pelo menos três estilos negros jovens não seriam possíveis sem essa contribuição estrangeira: o visual ativista negro (que se desenvolveu do *black power* [aqui pronunciado *pau*, palavra que se refere a madeira, mas também a pênis] até o visual "africano" dos anos 80 em diante); o funkeiro, principalmente de classe baixa; e a cena *gay* negra. A maioria dos produtos de beleza de grandes marcas é também importada ou, cada vez mais, produzida no Brasil sob licença estrangeira. Dessa forma, pode-se escolher entre os produtos não étnicos locais, mais baratos, e os produtos étnicos globais, que custam mais. Às vezes, é

mais caro parecer “étnico” que assimilado, ter um cabelo “rasta” que um cabelo alisado.

Com relação às roupas e à arte africanas, o acesso agora é menos restrito aos intelectuais e aos pais-de-santo. O número crescente de estudantes africanos e imigrantes, principalmente da África lusófona, certamente contribuiu para aumentar a intensidade e para modificar a qualidade da troca envolvendo a arte e as roupas africanas. Alguns deles vendem produtos manufaturados e artesanais africanos para poder pagar seus estudos. Em compensação, quando retornam à África, vendem roupas íntimas e biquínis produzidos no Brasil (que, dizem, ajustam-se melhor ao corpo africano), CDs com música popular brasileira e gravações piratas de telenovelas.

No passado, a Bahia exportava objetos negros considerados itens-chave para a cultura tradicional afro-baiana, como imagens e estátuas de orixás (as deidades do candomblé, a maioria das quais está associada a santos católicos), fotos de cerimônias religiosas (nem sempre tiradas com o consentimento das pessoas que nelas aparecem), roupas e ornamentos do povo-de-santo (os seguidores mais ativos de um terreiro de candomblé) e instrumentos musicais, geralmente de percussão. A esse estoque tradicional de objetos negros também pertenciam os itens associados à capoeira, tais como o berimbau e fotos do jogo, vendidas principalmente para viajantes, antropólogos e turistas ocasionais.

Começando aproximadamente a partir dos anos 50, o que chamamos de produtos “quase-tradicionais” também passaram a ser exportados. Trata-se de ritmos e percussão, embora geralmente a música tocada por negros destinada à exportação não seja aquela que tem boa venda no Brasil, mas aquela que corresponde ao nicho que a indústria musical internacional reservou à música brasileira (definido pelo exótico, pelo sensual e, uma vez que a *world music* gerou um mercado próprio, pelo genuíno). O festival internacional de Montreaux costuma ser usado pelos tipos de música baiana que podem ser ou podem aceitar a configuração de “música negra” como trampolim para as gravadoras e os circuitos de *world music*.

Dos anos 70 em diante, três outros produtos “quase-tradicionais” passaram a ser exportados, cada um dos quais incluindo vários objetos negros. Primeiro, os terreiros de candomblé começaram a viajar e a se expandir internacionalmente, principalmente na região do Rio da Prata (Segato 1997; Oro 1994). Segundo, a pintura popular converteu-se em uma forma de arte. Nessa transição de artesanato para arte, uma divisão desenvolveu-se entre os pintores populares. De um lado, estão os artistas

“autênticos” (que criam trabalhos de arte assinados e individualizados); de outro, os anônimos, que produzem “para os turistas” (supostamente reproduzindo por meio de técnicas automáticas o que os artistas criam). Terceiro, as escolas de capoeira e as companhias de dança populares começaram a viajar pela Europa e Estados Unidos.

Por fim, há os “novos objetos tradicionais”. Trata-se de objetos relacionados principalmente ao carnaval baiano, que vem atraindo um número crescente de turistas nacionais e internacionais por sua reputação de evento “mais espontâneo” e menos comercial que o carnaval do Rio. Esses objetos — vestimentas, instrumentos musicais, ornamentos e *souvenirs* — são vendidos por toda parte; os considerados melhores, e normalmente mais caros, o são em lojas das associações afro-carnavalescas: Olodum, Ilê Ayê e Araketu. O Olodum de fato montou uma fábrica de carnaval — uma *sweat shop** que reúne e tinge tecidos da Bolívia, transformando-os em objetos de moda afro (Nunes 1997).

Agentes, veículos e circuitos

Os veículos e os agentes por meio dos quais os objetos negros modernos chegam ao Brasil mudaram ao longo das últimas décadas. Há menos Estado e mais mercado do que há uma geração; mais comércio e cacofonia. O turismo, ou melhor, a apresentação de certos aspectos da cultura negra com uma nova roupagem para os turistas tornou-se um agente importante. E, claro, a televisão assumiu um papel central.

Ao longo das últimas décadas os canais de TV aberta transmitiram diversas séries “negras”, quase todas produzidas nos Estados Unidos, que alcançaram grande audiência. A série Raízes (*Roots*) não apenas foi a primeira como também a mais popular. Antes disso, apenas um número limitado dos chamados “*blackploitation movies*”** fizeram sucesso nas principais cidades brasileiras. Para aqueles que não tinham acesso a tais filmes, determinados cortes de cabelo e certas tendências da moda e do comportamento podiam ser vistos nos encartes de discos de bandas negras dos Estados Unidos, como The Jackson Five. Durante a última década, o

* N. T. – O termo refere-se à fábrica ou loja que emprega trabalhadores a baixos salários, para jornadas longas e geralmente em condições precárias.

** N. T. – “Filmes de exploração do [tema] negro”, literalmente. No original, contraem-se as palavras *black* (negro) e *exploitation* (exploração) para formar uma única expressão.

aluguel de fitas de vídeo¹⁰ e, mais recentemente ainda, a TV a cabo¹¹ foram veículos-chave para divulgação das imagens negras.

No entanto, levando em conta também o fato de que no Brasil, com exceções bastante raras, nunca houve programa algum de rádio ou de TV dirigido especificamente à parcela negra da população, foi apenas em 1994 que os negros (jovens) passaram a ter um meio de comunicação próprio. Naquele ano foram lançadas várias revistas dirigidas especificamente aos negros — a mais popular é a publicação mensal *Raça Brasil*, que diz vender até 200 mil exemplares, uma grande conquista para os padrões brasileiros¹². Agora (jovens) negros têm uma revista com informação produzida internamente e com anúncios de produtos “negros”, como cortes e produtos para cabelo, cosméticos, moda, formas de saudação em público (ou seja, “gestos negros”), ornamentos e tecidos africanos etc.

Há mais novidades. Uma das principais é a rede da Pastoral do Negro da Igreja Católica, um resquício da Teologia da Libertação. Todo ano, nos últimos tempos, a editora católica progressista Vozes publica um “calendário negro” para ser exposto na maioria das paróquias. O calendário mostra imagens de famílias, crianças, mulheres e homens negros em postura calma e orgulhosa, usando roupas africanas (principalmente robes e turbantes). É surpreendentemente similar aos calendários inspirados pelo Kwanza — a celebração centro-africana de uma festividade que lembra o Natal. A propósito, no Brasil vários padres da Pastoral do Negro tentaram, em 1997, introduzir o Kwanza a partir dos Estados Unidos, considerando esta liturgia “africana” perfeita para o Natal cristão.

A rede formada pelas ONGs também tem contribuído para a importação e a distribuição de diversas expressões mercantilizadas da identidade negra, tal como a parafernália rastafari e *slogans* como “*black is beautiful*” e, mais recentemente, conceitos como “*empowerment*”. Fundações estrangeiras, como Ford, Rockefeller, Interamerican, Novib, MacArthur e Icco, que sustentam vários programas sociais, criaram um ambiente favorável à circulação de objetos negros e *slogans*, fazendo da promoção de políticas de identidade uma de suas prioridades neste país historicamente pouco inclinado à promoção da diversidade étnica. De fato, as agendas dessas fundações, das ONGs internacionais e nacionais e das organizações de ativistas negros são muito interligadas. Todas estão interessadas na promoção de políticas de identidade — e isso gera um novo espaço para a circulação e a mercantilização de objetos negros¹³.

Outros veículos são as redes formadas pelos próprios ativistas negros, que são principalmente regionais e às vezes nacionais, mas que estão começando a alcançar o exterior graças a três movimentos relativa-

mente novos. Primeiro, temos as redes nacionais e internacionais criadas pelas organizações de religião afro-brasileira e por diversos terreiros de candomblé que se ramificam individualmente e geralmente competindo uns com os outros. Para esse limitado número de terreiros reconhecidos, ter representações em outras cidades ou mesmo no exterior é uma questão de *status* (Palmié 1994; Oro 1994). Segundo, vários brasileiros negros estão começando a viajar como bolsistas ou, mais freqüentemente, como o que se poderia chamar de "turistas-trabalhadores étnicos". Essas pessoas buscam sucesso usando o que julgam ser suas habilidades étnicas (ou seja, como dançarinos, percussionistas, capoeiristas etc.). Para elas, viajar para o exterior é também uma maneira de conquistar *status* proclamando sua identidade negra, bem como uma forma de conhecer o mundo. O conhecimento do mundo, crêem eles, ampliará seu *status* quando retornarem para casa — de uma forma que lembra os *sapeurs*, os jovens que migram da África Central para a Europa procurando acumular roupa de marca e hábitos de comportamento "modernos". Terceiro, um número pequeno, mas crescente de negros americanos está visitando o Brasil¹⁴. Com sua presença, eles conferem *status* e uma imagem de "negritude moderna" a diversas festas e celebrações que, de outra forma, seriam vistas, na maioria dos casos, como expressões não étnicas da cultura afro-brasileira tradicional e/ou do catolicismo popular (a Festa da Boa Morte, em Cachoeira, na Bahia, é nesse sentido exemplar). Esses turistas negros também estão presentes — e são reconhecíveis — nas multidões do carnaval baiano. Utilizando os serviços de um pequeno número de agentes de turismo locais especializados em mostrar aos turistas negros aspectos da cultura afro-brasileira, eles acabam trazendo consigo formas de se vestir, de se movimentar, de falar e até de pensar que, certamente, seduzem uma parte dos negros brasileiros. Afinal, eles são negros *E* modernos, bem vestidos, prósperos, saudáveis, tecnológicos, viajados e etnicamente afirmativos. Acima de tudo, eles consomem ostentadamente.

Hoje, aqueles que podemos definir como negrófilos (Gendron 1990) também contribuem bastante para a construção de culturas negras locais e não tão locais assim. É crescente o número de negrófilos intelectuais (antropólogos, artistas, intelectuais, estrangeiros encantados pelo "karma" da Bahia) ou mesmo daqueles menos nobres. Entre os últimos estão desde os turistas brancos que procuram fortes emoções tropicais assistindo e às vezes participando de manifestações culturais ou religiosas afro-brasileiras, até aqueles que buscam o turismo sexual. Essa negrofilia branca está relacionada às auto-imagens de parte da população negra, para a qual os negros têm mais raça, ginga (gestos ágeis), axé (poder espi-

ritual) e suingue (capacidade de dançar). Essas auto-imagens negras usam a noção de baiandade (que expressaria uma personalidade ao mesmo tempo lúdica, moderna e natural) (Araujo Pinho 1998), definida em oposição à sua antítese, a atmosfera da exagerada São Paulo e suas histórias de imigrantes (fria, cinzenta, muito veloz, inóspita).

Os meios de comunicação de massa e a publicidade difundem de maneira crescente essas imagens negrófilas. Se na maioria das revistas brasileiras a propaganda ainda é muito elitista e dificilmente mostra um rosto negro, nos últimos cinco anos as imagens dos negros ou dos símbolos associados ao *background* "africano" difundiram-se nas propagandas de *outdoor* em Salvador. Por exemplo: muitas campanhas de prevenção de doenças são feitas em "estilo afro", alguns ônibus foram pintados em cores "africanas" (há uma nova empresa de ônibus chamada Axé) e homens negros batucando, com seus torsos descobertos, tornaram-se onipresentes em propagandas, destinadas ao grande público, de serviços e mercadorias que vão desde cerveja até o Banco do Estado da Bahia ou a principal cadeia de lojas local.

Um veículo muito menos poderoso do que se poderia imaginar é o circuito da indústria musical. Se, falando de forma geral, poucos grupos estrangeiros fazem sucesso no Brasil, isto é mais verdadeiro ainda para os grupos e os músicos negros. O que se ouve é algo de *reggae*, *rap* e, em festivais específicos, uma pequena amostra de *world music* (como no festival de percussão Percopan na Bahia). Como já disse em outra ocasião (Sansone 1997a), deixemos que se discuta se a marginalidade do Brasil em termos de circuitos de música pop internacional é o resultado ou a causa da surpreendente resistência do mercado fonográfico brasileiro à penetração da música estrangeira — com a exceção parcial da música de outros países latinos — a despeito dos esforços das gravadoras multinacionais para promover a música pop internacional (isto é, principalmente americana)¹⁵.

Hierarquias

Na troca de objetos negros ao longo do Atlântico negro, há os que dão e os que recebem, bem como uma hierarquia de circuitos que deve ser relacionada ao contexto de uma hierarquia maior dos objetos. No Brasil, em geral, os produtos importados (um *slogan* de grande parte da propaganda brasileira que é o oposto do "*buy American*") são mais caros e tidos como de maior qualidade, tendo *status* mais alto que o dos produtos

nacionais. Uma posição intermediária é ocupada pelos produtos contrabandeados do Paraguai, a maioria dos quais vem do Extremo Oriente. É em grande parte graças à falsificação de marcas e ao contrabando, principalmente através do Paraguai, que uma parte das classes mais baixas pode ter acesso ao consumo ostentoso (embora também sejam contrabandeados produtos básicos), bem como ao consumo de um pedaço do “mundo exterior”. A popularidade e o alto *status* dos produtos importados é uma mania que afeta também o panorama das idéias, dos símbolos e das mercadorias negras.

O Brasil importa objetos negros e produtos culturais que têm uma aura de modernidade — ou, antes, uma reinterpretação negra da modernidade — e exporta objetos negros e produtos culturais que têm uma aura de tradição, “africanismo” e até tropicália (tal como as várias apresentações de mulatas que fazem turnês pelo exterior). Por um lado, o Brasil é um produtor importante de ritmos e coreografias que são editadas e empacotadas em muitos álbuns de *world music*, por outro, um número relativamente pequeno — mas crescente — de negros de classe média busca, com freqüência, inspiração nos negros dos Estados Unidos.

Embora, em certo sentido, a troca cultural entre os negros da América Latina e os do hemisfério Norte tenha algo de um intercâmbio de grupos que em ambos os contextos sofrem discriminação, trata-se ainda de um fenômeno que contém muitas das características de uma troca desigual entre o Sul e o Norte. Há alguma troca Sul-Sul no atual Atlântico negro? Que canais, em termos dessas trocas horizontais, têm sido oferecidos pela globalização? Estas são questões para pesquisas futuras. Minha impressão é que, até agora, e vista a partir do Brasil, a globalização não se centra nessas trocas horizontais. De fato, muitas das mercadorias “meridionais” que chegam à costa brasileira o fazem por meio de uma triangulação complexa e de longo alcance, iniciando sua jornada no Sul, chegando ao Norte e, de lá — geralmente depois de uma elevação em termos de *status* possibilitada pela passagem pelo hemisfério Setentrional —, direcionando-se novamente ao Sul. Citemos como exemplo a percussão “africana”, incorporada ao afro-pop baiano por meio de experimentos com baterias eletrônicas produzidas em um dos Tigres Asiáticos e depois contrabandeadas através do Paraguai com vários ritmos “africanos” pré-gravados. Outro exemplo são as raras viagens de músicos africanos ao Brasil — trata-se quase que exclusivamente de músicos estabelecidos em uma metrópole do Norte, tais como Alpha Blondy, Manu Dibango e Yussuf Ndhur. Poucos músicos vêm ao Brasil diretamente da África, exceto alguns raros grupos de música e dança tradicionais, a maio-

ria nigerianos e financiados pelo Estado. O desenvolvimento de uma indústria e de um mercado de *world music* subverte apenas uma parte dessa troca desigual. Por um lado, oferece uma centralidade parcial e subalterna às “músicas do mundo” — entre as quais as “músicas negras” estão extensamente representadas — em parte da produção de música popular no Primeiro Mundo (Martin 1996). Por outro, em Salvador, graças a uma rede de *world music*, os músicos e os produtores mantêm cada vez mais contatos diretos com os centros de produção e comercialização de música no Primeiro Mundo e, em uma extensão menor, mesmo com outros centros do Atlântico negro (principalmente a Jamaica).

Pouco a pouco esse estado de coisas desigual começa a mudar por causa do crescimento geral das trocas e das viagens internacionais, e por causa também da emergência de uma elite cultural baiana mais cosmopolita, que está começando a viajar e a formar redes por sua própria conta, embora a maioria dos contatos que ela cria seja com o Norte. Esses cosmopolitas baianos contribuem para fazer cidades como Salvador funcionarem como transmissores e receptores nos fluxos culturais ao longo do Atlântico negro¹⁶. Não obstante, por enquanto, em termos de fluxos globais de símbolos e mercadorias na base da cultura negra internacional, Salvador mantém uma posição periférica. Em relação aos centros de produção e transmissão da maioria desses símbolos e dessas mercadorias, Salvador pertence ao extremo da recepção, aos enormes interiores do Atlântico negro. Os centros estão situados no mundo anglófono, em particular em uma série de grandes cidades (Nova York, Londres e Los Angeles), embora outras não anglófonas (tais como Amsterdã e Paris) e a Jamaica também tenham assumido uma posição importante (Sansone 1997)¹⁷.

Em termos de orientação internacional, constata-se uma mudança em toda a cultura negra no Brasil: de relativamente locais, como as culturas tradicionais afro-brasileiras costumavam ser, elas passaram a internacionalmente orientadas. As áreas de onde se tira inspiração variam. A África é uma referência para grupos de intelectuais e ativistas negros, bem como para um grupo seletivo de terreiros de candomblé; os Estados Unidos inspiram os novos negros de classe média e alguns ativistas que buscam nos EUA, principalmente, um modelo de política de identidade e um exemplo de comunidade negra estruturada; e a Jamaica, frequentemente verbalizada como *reggae* ou simplesmente “Bob Marley”, serve de referencial para um grupo crescente na juventude de classe baixa (Savishinsky 1994; Sansone 1994; 1997a). A cultura afro-brasileira tradicional inspirou-se no contexto local associado a uma África mítica; a nova

versão criada pelos jovens negros inspira-se em uma grande variedade de fontes, dentre as quais se incluem a própria cultura afro-brasileira tradicional e a cultura negra jovem internacional. Para os jovens, a África é redescoberta através da rota afro-americana. O banco de símbolos sobre o qual a nova cultura negra é construída é maior e mais variado que nunca. O problema é que o acesso a esse banco de símbolos é determinado pelo dinheiro. Os novos objetos negros geralmente são caros. Não é à toa que o público da revista *Raça Brasil* se concentra mais nas grandes cidades que nas regiões onde a imensa maioria da população é negra ou mestiça¹⁸.

Ícones globais, significados locais?

Os símbolos negros globais são interpretados seletivamente no interior dos contextos nacionais — que são informados por classe, idade, gênero e circunstâncias locais —, e aquilo que não se pode combinar com uma determinada situação acaba sendo descartado. Embora os ícones associados à música e ao estilo jovem tendam a convergir (como aconteceu com a parafernália do *reggae* e do *hip hop*), os gostos musicais e as reinterpretações concretas de tais ícones são fortemente locais ou não unívocos. O termo “negro” tem um significado político para os ativistas negros, enquanto entre a maioria dos jovens negros no Brasil, palavras inglesas como *black*, *funk* e *brother* ganharam significados locais específicos que fazem surgir associações com o consumo ostentoso, a velocidade, a orientação internacional e a hipermodernidade, em vez de se relacionarem à confrontação étnica polarizada (Vianna 1988; Midlej e Silva 1996; Sansone 1997).

Na verdade, o significado dos objetos negros é sempre contestado. Os objetos negros baianos geralmente têm um significado “afro” mais claro no exterior que domesticamente: eles se tornam étnicos por meio do deslocamento, convertendo-se em parte de uma cultura negra viajante. Este é o caso da capoeira, tida como um esporte negro puro nos EUA. A distribuição de uma mercadoria negra “local” por todo o mundo, por meio das ondas da globalização, não apenas requer a mercantilização, mas com frequência implica a dessincretização. A lógica sincrética ou mestiça e a sociologia desses produtos têm de ser purgadas para que eles viajem através dos fluxos globais. Por duas razões. Primeiro, porque as lógicas do sincretismo e da mestiçagem têm inteligibilidade apenas em seus contextos, dificilmente podem ser desterritorializadas. Segundo, porque as mercadorias têm de ser inteligíveis através das lentes da cultura

negra internacional anglo-saxônica, que é hegemônica na criação de uma cultura negra global, embora recentemente versões locais de culturas negras tenham começado a se comunicar através de diferentes áreas culturais e lingüísticas no Atlântico negro.

A variação da ênfase sobre o consumo ao longo do Atlântico negro também depende de outros fatores: a história da moral sexual em um local específico e sua conexão com as relações raciais, a função da religião, a estrutura do mercado de trabalho, o grau de renda disponível para o lazer etc. (Sansone no prelo). No Brasil, ao contrário do que se observa nos EUA, nas últimas décadas a relação entre a população negra, o mercado de trabalho e o movimento sindical tem sido problemática, mas muito intensa (Butler 1998). Ultimamente os meios de comunicação de massa têm apresentado os negros dos EUA como centrais para o consumo, mas marginais na produção, enquanto no Brasil ocorre exatamente o oposto. Os negros brasileiros são representados como essenciais para a produção, mas até agora têm tido um perfil relativamente reduzido no mundo do consumo; eles estão quase ausentes, por exemplo, das propagandas de bens supérfluos.

Uma diferença importante é que no Brasil a repulsa ao trabalho manual é um fenômeno tão generalizado que no passado os historiadores criaram um termo (mozambismo) para descrevê-la — termo que foi considerado uma das características-chave da personalidade coletiva da raça brasileira. Ou seja, embora, como mencionado anteriormente, o consumo ostentoso seja importante na vida de muitos brasileiros negros, a tradição do mozambismo, ao lado de costumes sexuais não puritanos (outro aspecto-chave do “caráter brasileiro”, de acordo com os três mais influentes comentaristas e ensaístas do período de 1920 a 1950, Caio Prado Júnior, Sérgio Buarque de Holanda e Gilberto Freyre), impediam a etnicidade afro-brasileira de usar um consumo espetacular e um *ethos* antitrabalho (manual) que pudessem ser valorizados cotidianamente e sexualmente como um componente étnico “tipicamente negro”. De certa forma, também no Brasil os negros são com frequência considerados dançarinos mais habilidosos, amantes mais viris, mas em uma extensão muito menor que nos EUA. Também ouvi de muitas pessoas durante meu trabalho de campo, por exemplo, que homens muito escuros são pais mais dedicados, atenciosos e que os negros tradicionalmente trabalham mais arduamente que os brancos. Assim, quando os afro-brasileiros querem exibir sua etnicidade, eles o fazem acentuando outros aspectos, como o suposto poder mágico, a maior capacidade na percussão, e sua posição-chave em uma variedade de rituais tradicionais, como o carnaval¹⁹.

Outro ponto de diferença entre o Brasil e os EUA — e, em geral, a área anglófona do Atlântico negro — é a posição relativamente fraca do primeiro na economia mundial, na geografia do poder e, subseqüentemente, nos fluxos globais de símbolos e objetos negros. Nesse campo, algumas mudanças importantes estão ocorrendo, uma vez que o Brasil, depois de séculos nos quais apenas uma pequena elite teve acesso a bens internacionais, está passando do isolamento à participação por meio da associação à economia mundial, como um “mercado emergente” — como essa grande economia do Terceiro Mundo é agora geralmente chamada. A abertura parcial do Brasil aos bens internacionais centrais para o consumo popular está produzindo uma nova hierarquia na circulação e no consumo mundiais de mercadorias. A posição do Brasil em relação aos fluxos globais de mercadorias que figuram como acessórios importantes na criação de novas culturas jovens (negras) — tais como músicas gravadas, roupas, objetos da moda e cosméticos “étnicos” — mudou radicalmente ao longo das duas últimas décadas (um período que corresponde ao início do processo de democratização): passou de marginal por meio da exclusão, a marginal por meio da inclusão. Outra, por causa das políticas problemáticas de substituição de importações, essas mercadorias não estavam disponíveis; agora, os produtos importados estão de fato à venda, mas são restritos e caros demais para a imensa maioria dos jovens negros brasileiros (que, ainda assim, fazem o possível para comprá-los, principalmente no caso dos cosméticos e dos produtos para cabelos).

Conclusão

Muitos intelectuais negros (tais como Fanon 1952; Rodrigues 1984) e uma variedade de cientistas sociais negros e brancos (por exemplo, Ortiz 1988; Cashmore 1997) enfatizaram que a manipulação e o sincretismo, bem como quase toda tentativa de negociar um bom lugar para a expressão negra na indústria cultural, resultaram na alienação e na fabricação de uma alma negra artificial para corresponder às expectativas e aos desejos dos brancos. Com Paul Gilroy (1993), argumento que de fato as culturas negras sempre foram o resultado da manipulação cultural e da mercantilização, e que a cultura negra moderna não é a expressão contemporânea de uma tradição antiga. Se existe mesmo uma tradição, ela mostra que as culturas negras estão sempre sendo feitas e que esse processo exige a mercantilização, a fabricação de objetos negros. Não devemos

supor que as culturas negras sejam mais “naturais” e resistentes à mudança que as “culturas brancas”.

Se a mercantilização é tão antiga quanto as culturas negras, seu funcionamento mudou conforme os desenvolvimentos no consumo e a mediatização da sociedade. Do mesmo modo, a função da atenção dos cientistas sociais sobre os objetos negros mudou ao longo do tempo, uma vez que a escrita das ciências sociais, ao menos na Bahia, passou a ocupar o lugar que outrora pertencia à literatura de viagem e aos relatos dos viajantes. Na Bahia, desde a virada do século, a observação por parte desses cientistas, bem como sua intervenção de fato, têm um papel ativo na construção da cultura e dos objetos negros, especialmente aqueles que sugerem a origem yoruba da cultura afro-baiana (Capone 1999). No entanto, na grande maioria dos terreiros de candomblé a vida religiosa desenvolve-se de forma muito independente dos cientistas sociais e sem contatos maiores com a cultura popular negra internacional. Entre os informantes jovens e de classe baixa de meu trabalho de campo, a manipulação de símbolos e mercadorias associados à cultura popular negra internacional parecia requerer um tipo de conhecimento diferente do saber local que desempenha um papel importante para a cultura afro-baiana tradicional. Isto lembra a distinção de Appadurai (1986: 32) entre o conhecimento requerido para lidar com a moda (que pressupõe alguma inovação), e aquele que se exige para lidar com as leis suntuárias (que pressupõe mais fidelidade e convenções).

Certamente a centralidade crescente do consumo ostentoso na cultura negra baiana moderna cria uma série de novas contradições. Por um lado, o consumo transformou-se em um instrumento de conquista de direitos civis, e o ato de consumir (ostentadamente) contribui para o sentir-se cidadão. Por outro, sentir-se excluído do consumo pode levar à frustração e a uma percepção aguda da privação. Sempre que a negritude moderna é associada ao consumo ostentoso de um conjunto de mercadorias, a incapacidade de obedecer a esse ritual pode gerar um sentimento de exclusão racial.

A nova mercantilização da cultura negra apresenta-nos ainda outra contradição: ao enfatizar a suposta hipernaturalidade dos negros, também joga com uma série de estereótipos (tradicionais) acerca dos negros na sociedade ocidental — uma sociedade tecnológica em que as habilidades intelectuais e técnicas dão muito mais *status* que o esforço físico.

Essa mercantilização da cultura negra trabalha em duas direções opostas. Por um lado, ao fazer a cultura negra parecer “sólida”, facilita seu uso em negociações políticas; por outro, não consegue abranger toda

a variedade das culturas negras, sempre deixando alguns insatisfeitos com suas representações públicas. Trata-se de um cobertor curto. No entanto, embora a mercantilização global elimine certa variação e certos aspectos, pode promover outros. A globalização pode outorgar *status* a produtos negros que, até aquele momento, tenham gozado de pouco reconhecimento domesticamente: o reconhecimento no exterior pode significar sucesso no mercado doméstico em seguida.

Estamos diante de mais contradições. Na presente geografia do poder, a mercantilização de versões locais da cultura negra e de seus artefatos implica uma ocidentalização, se não uma americanização, porque, afinal, é nos EUA e na Europa que os “melhores” e “mais modernos” produtos têm origem. No entanto, mercantilização significa também fazer um artefato crescentemente acessível no mundo inteiro. Assim, a mercantilização requer uma seleção entre objetos e artefatos negros, uma vez que nem todos podem ser globalizados, mas também confere *status* e promove aqueles que estão sendo selecionados.

Por toda essa alargada periferia do Ocidente, o “Extremo Ocidente”, vê-se que a origem de uma mercadoria em um ou outro país, em uma ou outra região — sua relação com a geografia do poder — determina, em grande medida, sua autoridade inicial no processo de troca. O consumo produz hierarquias não apenas de classes e de grupos de cor, mas também de países — aqueles onde o consumo é possível em toda a sua extensão e outros onde apenas mercadorias de segunda estão disponíveis. Em certo sentido, pode-se falar de colonialidade das coisas — as mercadorias podem ter uma aura colonial ou, ao contrário, uma aura imperial.

Recebido em 30 de junho de 1999

Tradução: Sérgio Benevides

Livio Sansone, doutor em antropologia pela Universidade de Amsterdã (1992), é vice-diretor científico do Centro de Estudos Afro-Asiáticos da Universidade Candido Mendes e professor-visitante na UERJ. Desenvolve pesquisas sobre o tema das relações raciais, da cultura e da identidade negra, e sobre a relação entre identidade étnica e globalização na Inglaterra, na Holanda, no Suriname e no Brasil, tendo publicado vários artigos em revistas especializadas.

Notas

* Agradeço as sugestões dos alunos do seminário de pós-graduação “Diásporas” que organizei na Unicamp no 1º semestre de 1999, graças à bolsa que recebi da FAPESP. Agradeço ainda as sugestões dos pareceristas anônimos de *Mana*.

¹ A pesquisa histórica recente mostra que as “culturas negras” começaram a ser formadas já na África, antes do início do comércio transatlântico de escravos, com os primeiros encontros com os missionários católicos ou ao longo da costa africana, onde os deportados freqüentemente tinham de esperar anos até sua passagem. Esse processo de produção de uma cultura negra na África foi documentado em relação à invenção de uma nação yoruba por volta da virada do século passado, que logo inspirou os descendentes de africanos em Cuba e no Brasil (Matory 1999), e em relação à África sul-equatorial, onde certamente se beneficiou da proximidade entre as línguas bantu (ver Thornton 1998; Slenes 1995).

² A versão baiana do sistema religioso afro-brasileiro.

³ No Haiti, o panteão das deidades vodu usou uma polaridade Guiné — pura e digna — *versus* Congo — impuro e indigno (Montilus 1993), que lembra a polaridade Yoruba-Bantu no Brasil e em Cuba.

⁴ Por outro lado, os brancos, geralmente com uma posição de maior *status*, tiveram seu lugar no candomblé, especialmente como ogan, o protetor social da casa, que participava dos rituais, mas não caía ou não podia cair em transe. Já a partir dos anos 30, antropólogos conhecidos, como Arthur Ramos, Edson Carneiro, Pierre Verger e Roger Bastide, tornaram-se ogans. Deve-se dizer que, em suas muitas variantes, as formas culturais negras na América Latina têm sido historicamente abertas à participação dos brancos, sob certas condições. Se os brancos brasileiros não podiam tornar-se negros, eles tinham a chance de sentirem-se “africanos” de tempos em tempos. Não é necessário dizer que isto é compatível com o tipo de mercantilização que na América Latina tende a se fazer mais visível que nos EUA, onde os brancos nem tentam, nem têm permissão, normalmente, para participar da cultura negra.

⁵ Ao longo dos anos 30 e 40, muitos desses intelectuais tinham alguma relação com o Partido Comunista. Em uma comunicação pessoal a antropóloga Mariza Correa disse-me que naqueles anos do regime militar de Vargas o partido parece ter usado os terreiros de candomblé e seus circuitos para promover atividades e recrutamento.

⁶ O número de terreiros de candomblé cresceu em ritmo constante desde que foi contado, pela primeira vez, nos anos 30. As estimativas presentes variam de 200 a mais de 2.000. Certamente, nem todas as casas estão registradas na Federação de Cultos Afro-Brasileiros.

⁷ De fato, Bastide, de acordo com Capone (1999), acreditava que os mundos africano e ocidental não eram compatíveis um com o outro e que, portanto, eram incapazes de se misturar.

⁸ Daqui em diante, refiro-me a meu próprio trabalho de campo na Região Metropolitana de Salvador entre 1992 e 1996.

⁹ Como se pode ver e ouvir no livro/CD de Hill (1993).

¹⁰ Os filmes de Spike Lee, incluindo seu documentário dramatizado a respeito da Marcha de Um Milhão de Homens, estão disponíveis, mesmo nas menores videolocadoras, e tornaram-se fontes importantes de “informação” acerca da militância negra e das condições de vida nos EUA para os ativistas negros brasileiros.

¹¹ Deve-se lembrar que até o advento da TV a cabo, em 1993, e que apenas em 1996 se tornou popular (depois que os preços das assinaturas diminuíram notavelmente), assistiam-se apenas aos canais brasileiros abertos — um canal público educativo com pouco dinheiro e quatro redes privadas, dentre as quais a poderosa Rede Globo.

¹² Outras revistas surgiram desde então. A maioria teve dificuldades para sobreviver por mais de uns poucos meses, como ocorreu com as mais radicais *Black People* e *Negro 100%*. Essas revistas negras são um fenômeno tão novo que já se tornaram foco de documentários do Serviço Internacional da BBC e de algumas estações de TV dos EUA.

¹³ Para a internacionalização e a globalização de perspectivas americanas sobre as relações brancos *versus* negros também contribui a circulação mundial dos paradigmas científicos para estudos étnicos que são produzidos nos EUA, onde refletem fortemente a agenda nacional a respeito da raça, e que são exportados para a periferia, incluindo o Brasil, com a poderosa ajuda das agências de Estado e das Fundações americanas (Bourdieu e Wacquant 1998).

¹⁴ A respeito da relação mutante de amor e ódio entre gerações de intelectuais negros americanos e o Brasil, ver Hellwig (1992).

¹⁵ A análise das listas dos dez CDs mais vendidos da semana para os anos 1998 e 1999, publicadas na *Folha de S. Paulo* (com dados da NOPEM) e no *Jornal do Brasil*, mostra que, não obstante a maioria dos discos resenhados por estes jornais ser estrangeira, em média somente um dos dez discos mais vendidos é estrangeiro.

¹⁶ Por essa razão, o desenvolvimento de uma metodologia para a comparação internacional ao longo do Atlântico negro deve se focar principalmente nas cidades, em vez de se debruçar sobre regiões ou nações inteiras.

¹⁷ Em relação a esses fluxos negros globais, o Rio se diferencia de Salvador. Historicamente, o Rio tem uma posição mais central em relação a esses fluxos. Isto tem a ver com o tamanho da cidade, a proximidade em relação aos centros políticos e econômicos do Brasil e com o fato de o Rio ter uma renda média mais elevada, que proporciona um estilo de vida e um padrão de consumo menos “locais”.

¹⁸ O mesmo pode ser dito a respeito das organizações negras e das ONGs em geral (ver ISER 1988). Não há correlação direta entre a porcentagem de negros na população total e o grau de organização dos negros. Em muitos sentidos, a identidade negra moderna é função de uma afluência relativa e da “modernidade”, e não da concentração demográfica e da intensidade da cultura afro-brasileira tradicional em uma região particular.

¹⁹ Valeria a pena refletir a respeito da relevância da famosa escala de africanismo de Herskovits (1941) na mercantilização de culturas negras locais: nos EUA tais processos tiveram de ocorrer sem a África; no Brasil, com a África.

Referências bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. 1986. “Introduction: Commodities and the Politics of Value”. In: A. Appadurai (ed.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 3-62.
- ARAUJO PINHO, Osmundo S. de. 1998. “‘A Bahia no Fundamental’: Notas para uma Interpretação do Discurso Ideológico da Baianidade”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 13 (36):109-120.
- BASTIDE, Roger. 1967. *Les Ameriques Noires*. Paris: Payot.
- BOURDIEU, Pierre e WACQUANT, Loïc. 1998. “Sur les Ruses de la Raison Imperialiste”. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 121-122: 109-118.
- BUTLER, Kim. 1998. *Freedoms Given, Freedoms Won. Afro-Brazilians in Post-Abolition São Paulo and Salvador*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- CAPONE, Stefania. 1999. “L’Afrique Réinventée ou la Construction de la Tradition dans les Cultures Afro-Brésiliens”. *Archives Européennes de la Sociologie*, Tomos 40-1.
- CARNEIRO, Edson. 1937. *Religiões Negras. Negros Bantos*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- CASHMORE, Ellis. 1997. *The Black Culture Industry*. London: Routledge.
- FANON, Franz. 1952. *Peau Noire, Masques Blancs*, Paris: Seuil.
- FARIAS, Edson. 1998. Paulo da Portela: Mediador entre Dois Mundos. Trabalho apresentado no XXII Encontro

- Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs), Caxambu, MG, 23-27 de outubro.
- FIGUEIREDO, Angela. 1994. "O Mercado da Boa Aparência: As Cabeleireiras Negras". *Análise & Dados* (Centro de Informações e Estatísticas do Estado da Bahia), 3(4):33-38.
- . 1999. "Velhas e Novas 'Elites Negras'". In: M. C. Maio e G. Vilas-Boas (orgs.), *Idéias de Modernidade e Sociologia no Brasil*. Porto Alegre: Editora da UFRGS. pp. 109-124.
- FRAZIER, Franklin. 1942. "The Negro Family in Bahia, Brazil". *American Sociological Review*, 4(7):465-478.
- . 1968 [1944]. "A Comparison of Negro-White Relations in Brazil and the United States". In: *On Race Relations*. Chicago: University of Chicago Press. pp.82-102.
- FRY, Peter. 1984. "Gallus Africanus est! Ou como Roger Bastide se Tornou Africano no Brasil". *Folhetim (Folha de S. Paulo)*, 391.
- GENDRON, B. 1990. "Fetishes and Motorcars: Negrophilia in French Modernism". *Cultural Studies*, 4(4):141-155.
- GILROY, Paul. 1993. *The Black Atlantic. Modernity and Double Consciousness*. London: Verso.
- GÓIS DANTAS, Beatriz. 1988. *Vovó Nagô e Papai Branco. Uso e Abuso da África no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal.
- GONÇALVES DA SILVA, Vagner. 1995. *Orixás da Metrópole*. Petrópolis, R.J.: Vozes.
- GUIMARÃES, Antônio Sérgio. 1997. "Racismo e Restrição dos Direitos Individuais: A Discriminação Racial Publicizada". *Estudos Afro-Asiáticos*, 31:51-78.
- HANDLER, Richard. 1988. *Nationalism and Politics of Culture in Quebec*. Madison: University of Wisconsin Press.
- HELLWIG, David. 1992. *African-American Reflections on Brazil's Racial Paradise*. Philadelphia: Temple University Press.
- HERSKOVITS, Melville. 1941. *The Myth of the Negro Past*. New York: Harper & Bros.
- . 1943. "The Negro in Bahia, Brazil: A Problem in Method". *American Sociological Review*, VII(8):394-404.
- HILL, Donald. 1993. *Calypso Calaloo. Early Carnival Music in Trinidad*. Gainesville: University of Florida Press.
- ISER. 1988. *As Organizações Negras no Brasil*. Rio de Janeiro: ISER.
- KOPYTOFF, Igor. 1986. "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process". In: A. Appadurai (ed.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press. pp. 64-93.
- LANDES, Ruth. 1947. *City of Women*. New York: MacMillan.
- MARTIN, Denis-Constant. 1996. "Qui a Peur des Grandes Méchants Musiques du Monde? Desir de l'Autre, Process Hégémonique et Flux Transnationaux Mis en Musique dans le Monde Contemporain". *Cahiers de Musique Traditionelle*, 9:3-21.
- MATORY, J. Lorand. 1999. "Jeje: Repensando Nações e Transnacionalismo". *Mana*, 5(1):57-80.
- . 1999a. "The English Professors of Brazil: On the Diasporic Roots of the Yorùbá Nation". *Bulletin of the Society for Comparative Study of Society and History*, pp. 72-103.
- MERCER, Kobena. 1994. "Black Hair/Style Politics". In: *Welcome to the Jungle. New Positions in Black Cultural Studies*. London: Routledge. pp. 97-130.

- MIDLEJ E SILVA, Suylan. 1996. O Per-tencimento na Festa. Sociabilidade, Identidade e Comunicação Mediática no Baile Funk "Black Bahia" do Periperi. Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Universidade Federal da Bahia.
- MONTILUS, Guerin. 1993. "Guinean versus Congo Lands: Aspects of the Collective Memory in Haiti". In: J. Harris (ed.), *Global Dimensions of the African Diaspora* (2ª ed.). Washington, D.C.: Howard University Press. pp. 159-166.
- NINA RODRIGUES, Raymundo. 1932. *Os Africanos no Brasil*. São Paulo: Editora Nacional.
- NUNES, Margarette. 1997. A Fábrica do Carnaval. As Atividades Empresariais do Bloco Afro Olodum. Tese de Mestrado, Departamento de Antropologia/UFSC.
- ORO, Pedro. 1994. As Religiões Afro-Brasileiras: Religiões de Exportação. Trabalho apresentado no workshop Afro-american Religions in Transition, International Conference of the Americanists, Uppsala, Suécia, julho.
- ORTIZ, Renato. 1988. *Morte Branca de um Feiticeiro Negro: Umbanda e Sociedade Brasileira*. São Paulo: Brasiliense.
- PALMIÉ, Stefan. 1994. Santería in Miami. Trabalho apresentado no workshop Afro-american Religions in Transition, International Conference of the Americanists, Uppsala, Suécia, julho.
- PERRONE, Charles e DUNN, Chris (eds.). no prelo. *Chiclete com Banana. Popular Music in Brazil*. Gainesville: University of Florida Press.
- PIERSON, Donald. 1942. *Negroes in Brazil: A Study of Race Contact in Bahia*. Chicago: University of Chicago Press.
- RAMOS, Arthur. 1939. *The Negro in Brazil*. Washington, D.C.: Associated Publishers.
- RISÉRIO, Antônio. 1986. *Carnaval Ijexá*. Salvador: Corrupio.
- RODRIGUES, Ana. 1984. *Samba Negro, Espoliação Branca*. São Paulo: Hucitec.
- SANSONE, Livio. 1993. "Pai Preto, Filho Negro. Trabalho, Cor e Diferenças Geracionais". *Estudos Afro-Asiáticos*, 25:73-98.
- . 1994. "Couleur, Classe et Modernité dans Deux Quartiers de Bahia". *Cahiers des Amériques Latines*, 17: 5-106.
- . 1997. "The Emergence of the Politics of Black Identity in Bahia, Brazil". In: H. Vermeulen e C. Govers (eds.), *The Politics of Ethnic Consciousness*. London: MacMillan. pp. 277-309.
- . 1997a. "Funk in Bahia and in Rio: Local Version of a Global Phenomenon?". *Focaal*, 30-31:139-158.
- . 1999. *From Africa to Afro. Use and Abuse of Africa in Brazil*. Amsterdam/Dakar: Sefis/Codesria.
- . no prelo. "A Internacionalização da Cultura Negra. Uma Comparação entre Jovens de Classe Baixa no Brasil e na Holanda". *Novos Estudos Cebrap*, 56.
- e TELES DOS SANTOS, Jocélio (orgs.). 1998. *Ritmos em Trânsito. Socioantropologia da Música na Bahia*. São Paulo: Dynamis.
- SAVISHINSKY, Neil. 1994. "Transnational Popular Culture and the Global Spread of the Jamaican Rastafarian Movement". *Nieuwe West-Indische Gids/New West Indian Guides*, 68 (3-4):259-281.
- SEGATO, Rita. 1997. "Formações de Diversidade: Nação e Opções Religiosas no Contexto da Globalização". In: A. P. Oro e C. A. Steil

- (orgs.), *Globalização e Religião*. Petrópolis, R.J.: Vozes.
- SLENES, Robert. 1995. "Malungu, Ngo-ma Vem!" *África Encoberta e Descoberta no Brasil*". *Cadernos Museu da Escravatura*, 2 (Ministério da Cultura, Luanda).
- TELES DOS SANTOS, Jocélio. 1999. "Dilemas Nada Atuais das Políticas para Afro-Brasileiros: Ação Afirmativa nos Anos 60". In: J. Bacelar e C. A. Cardoso (orgs.), *Brasil: Um País de Negros?*. Rio de Janeiro: Pallas. pp. 221-234.
- THORNTON, John. 1998. *Africa and the Africans in the Making of the Atlantic World: 1400-1680*. Cambridge: Cambridge University Press.
- VERGER, Pierre. 1957. *Notes sur le Culte des Orisa et Vodun*. Dakar: IFAN.
- . 1987 [1968]. *Fluxo e Refluxo do Tráfico de Escravos entre o Golfo de Benin e a Bahia de Todos os Santos*. Salvador: Corrupio.
- VIANA, Hildegard. 1979. *A Bahia Já Foi Assim*. São Paulo: Ed. GRD.
- VIANNA, Hermano. 1988. *O Mundo Funk Carioca*. Rio de Janeiro: Zahar.
- . 1995. *O Mistério do Samba*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.
- VINK, Nico. 1989. *The Telenovela and Emancipation: A Study of Telenovela and Social Change in Brazil*. Amsterdam: Koninklijk Instituut voor de Tropen.

Resumo

O artigo descreve os itens usados no processo de mercantilização da cultura afro-baiana tradicional e daquela mais moderna. Trata-se de um processo de intercâmbio simbólico e material entre uma versão local da cultura negra, as culturas negras em outras regiões do Atlântico negro e, em época mais recente, a cultura negro-juvenil globalizada. Uma vez mercantilizados, os objetos negros viajam e, com frequência, viajam muito e para longe. O artigo analisa também as características, as direções e as hierarquias envolvidas nesses intercâmbios entre centros e periferias do Atlântico negro. Baseado em pesquisa em Salvador e no Rio de Janeiro, o texto enfoca os jovens negro-mestiços de classe baixa e, em menor medida, o crescente número de negro-mestiços de classe média.

Abstract

The article focuses upon the items that have been used in the process of the commoditization of Afro-Bahian culture, both traditional and modern. It concerns symbolic and material exchanges amongst this manifestation of black culture, black cultures in other regions of the Black Atlantic and, over the last few decades, globalized youth culture. Once commoditized, "black objects" travel, often far and wide. This article also concerns itself with the qualities of these exchanges between centres and peripheries of the Black Atlantic, their direction and hierarchies implicit in them. Backed by fieldwork in Salvador and Rio de Janeiro, the article highlights the situation of lower-class black-mestizo young people and, to a lesser extent, the growing group of black-mestizos in a middle-class position.