

Bogăție înaltă și încredere scăzută în universul semantic al manelelor

Abstract. This research explores the message of „manele”, a contemporary type of ethno-pop music that is strongly contested by intellectual elites, arguing that manele’s semantic universe reproduces representations of the practices of localisation of a capitalism lacking Protestant ethic, in which the logic of economic exchange is depicted through the metaphor of the “șmecher” (one who is crafty, cunning, or sly) who defeats his enemy. In addition, the celebration of wealth and the ostentatious consumerism are accompanied by the lack of trust in others, inducing feelings of insecurity and causing the individual to return to his family.

Keywords: Manele, distrust, pop, “șmecherie” (slyness).

Obiectul și metodologia cercetării

Cercetarea de față se bazează pe corelarea mai multor metode. Astfel, în descifrarea mesajului din manele, a fost folosită analiza de discurs tip codare directă, corelată cu interviuri semi-structurate, realizate cu fani ai genului și cu figuri din interiorul industriei.

Piesele supuse analizei au fost selectate corelând mai multe criterii. În primul rând, frecvența cu care au fost difuzate pe Taraf TV, un post tv specializat pe manele, în care piesele sunt difuzate la comanda spectatorilor - trimițând un SMS suprataxat (3,5 - 4 euro)

ei pot asculta piesa favorită în direct. Un criteriu secundar fost alegerea pieselor care trec proba timpului și continuă să fie difuzate la o jumătate de an / un an de la apariție. În al treilea rând, un criteriu a fost și numărul de vizualizări pe site-ul www.

youtube.com, corelat cu succesul pieselor în cluburile și la evenimentele de profil.

De asemenea, o parte din hiturile TV, în special cele romantice, care adună milioane de vizualizări pe www.youtube.com, nu ajung în repertoriul lăutarilor din cluburile de profil – de pildă recentul hit *Ce frumoși sunt ochii tai* (Denisa și Valencio), totalizând din 5 postări 5.500.000 vizualizări, nu am auzit-o în nici unul din cluburile în care am fost, performanțele live postate pe www.youtube.com arătând doar versiuni ale celor doi soliști (multe astfel de piese pop mor ca succese virale de internet sau ca hituri tv).

Un alt criteriu, aplicat la piesele mai vechi, din intervalul 2003 - 2009, a fost interviuarea fanilor și – prin forța lucrurilor – utilizarea propriilor observații vizând succesul pieselor, întrucât din 2003 am

Adrian Schiop

drd. SNSPA

(aschiop@gmail.com)

devenit fan al genului. La piesele dinaintea acestui interval, selecția a fost mai dificilă, criteriul principal fiind numărul de vizualizări corelat cu data postării.

Pentru interviurile semistructurate cu fani ai genului, am ales, în principal, două areale: unul rural, satul Porumbacu de Jos, și altul urban, cartierul Ferentari din București.

Satul Porumbacu de Jos este în județul Sibiu, iar fanul de manele pe care l-am interviuat a fost un etnic rom de 21 de ani, Herman și un etnic român de 17, Gicu. Aceștia ascultă atât manele cât (mai ales) etnopop rom de Ardeal, un subgen reprezentat de Sandu Ciorbă, Bogdan de la Cluj, o parte din piesele lui Nicolae Guță și Florin Mitroi, pe care îl asimilează tot manelelor. Dar, chiar dacă la nivel muzical diferențele sunt semnificative, la nivel tematic ele sunt minime.

Cartierul Ferentari este locul unde locuiesc de doi ani și unde manelele sunt cea mai ascultată muzică, ce se poate auzi din mobilele adolescenților în autobuze, din mașini lăsate cu portiera deschisă sau din apartamentele învecinate; rareori se aude un alt gen de muzică (hiphop, house sau dance). Spre deosebire de alte cartiere, profilul muzical al acestui cartier este destul de omogen. Interlocutorul meu principal din acest cartier a fost Radu, un bărbat de 24 de ani.

O circumscriere a manelelor

Maneaua este o specie de etnopop, identificabilă printr-un ritm specific³, cu puternice influențe balcanic-orientale, cântată preponderent de lăutari romi și, conform Barometrului de consum cultural 2007, adresându-se unui public amestecat de români și romi³. Ea face parte dintr-un curent mai larg, al muzicilor panbalcanice recente, care, sub impactul globalizării, face muzicile tradiționale din Balcani să intre în dialog și să sufere contaminări reciproce⁴.

Cu rădăcini în amaneaua turcească din secolul XIX, maneaua apare, sub eticheta de *manea*, la sfârșitul anilor '60, pentru ca mai încolo, la sfârșitul anilor '80 și începutul anilor '90, să prolifereze, sub denumirea de muzică orientală și deja transformată în etnopop (Anca Giurchescu, Victor Stoichiță, Costin Moisil, Florin Iordan, Mirela Radu, Speranța Rădulescu, 2010). După anii '92 - 93, ea intră într-un con de umbră (chiar dacă tot în această perioadă își cristalizează muzical și tematic specificul așa cum îl cunoaștem azi⁵), pentru ca, în anul 2000, să explodeze în *mainstream* prin albumul "Fără concurență", al lui Adrian Minune și Costi Ioniță. Pentru câțiva ani, manelele sunt difuzate la TV, pe canalele de radio – pentru ca, din 2003 încolo, cu toată popularitatea lor crescândă, să fie supuse unei intense campanii de marginalizare. Barometrul cultural 2010 arată o restrângere a popularității genului – dacă în 2007, acesta era pe locul 3 în topul audienței, în 2010 a căzut pe locul 5.

Registre tematice

Înainte de a prezenta registrele tematice, trebuie să precizez un aspect valabil pentru toate temele - imaginarul manelelor e masculin, mai exact, chiar și atunci când sunt cântate de femei, manelele *fac plăcerea* bărbaților: să-i laude ca tați ("tată tu-mi aduci de toate" – Copilul de Aur), ca iubiți ("te iubesc mai mult decât pe mine" - Prințesa de Aur), ca amanți ("Arde-le barbate, dă-le bine" – Nicușor Guță și Mihaela Minune).

Pentru a distinge tematic între manele, o să folosesc o distincție operată de lăutarii înșiși, între manelele "de suflet" și cele "șmecheroase" sau "bagabonțești".

Prima secțiune, "de suflet", vorbește despre iubire (împlinită sau nefericită) sau despre fami-

lie. Tonul în aceste piese, cu excepția celor de iubire împlinită, este mai degrabă grav, serios.

A doua secțiune vorește despre bani, dușmani și șmecherie și spune că "nu putem să fim la fel, fără bani în portofel" (Copilul de Aur – *Când scot portofelul afară*), că cine are bani este de admirat, indiferent cum i-a obținut, fiindcă a arătat, ca să citez o manea, că "mă duce capul cât zece, între șmecheri eu sunt rege" (Copilul de Aur – *Între șmecheri*). Mai spune, hedonist, că trebuie să-ți trăiești viața și să te distrezi, pe scurt, să consumi. Tonul acestor piese e obraznic și fanfaron, nu lipsit de umor – dar, cu toată insolența lor, nu contestă nici morala creștină (sacrificul pentru familie și credința în Dumnezeu rămân reperele tari, de necontestat), nici "părinții" (nu pun în scena un conflict între generații, părinții fiind iubiți și respectați), nici sistemul/autoritățile statului.

Cele două secțiuni se întâlnesc într-o secțiune "de suflet", care spune, în mare, că lumea s-a făcut rea, fiindcă *toți sunt pe interes* - tu îi ajuți pe oameni, dar ei nu te ajută la necaz.

O statistică făcută pe piesele difuzate pe canalul de televiziune Taraf TV, specializat pe difuzarea de manele, a pus în evidență preponderența pieselor de dragoste. Astfel, dintr-un total de 173 de piese, 106 erau de dragoste (din care 20 consacrate familiei), 10 șmecheroase, 10 despre *lumea rea* și restul la interferența dintre genuri sau neclasificabile. Cifrele se echilibrează în momentul recitalurilor din cluburile de profil. Astfel, la Hanul Drumeșului am audiat, în timpul unei nopți, 11 piese de dragoste (din care 5 despre familie), 8 de șmecherie, 2 despre lumea rea și alte trei aflate la interferența dintre genuri.

Manelele – subcultură sau pop?

Înainte de a intra în discuția vizând universul semantic al manelelor, o să argumentez de ce manelele nu pot fi considerate o subcultură în sensul lui Hebdige⁶, ci o specie de pop. În primul rând, lipsește din ele autoidentificarea, întrucât fanii de manele nu se consideră maneliști, eticheta aceasta fiindu-le atribuită de cei din afară. Doar doi din fanii de manele pe care i-am chestionat mi-au spus că se consideră maneliști, cei mai mulți declarând că ascultă și alte genuri (muzică lăutărească sau populară, dance, house, hiphop). Visul unora este să ajungă în "cluburile de fitze", gen Bamboo sau Bellagio, spații *glamour*-oase în care se ascultă house și minimal, de a caror existență știu din ziarele tabloide sau de la TV. În al doilea rând, fanii nu se percep ca având în comun o ideologie care să-i unească, neasimilând, de exemplu, retorica șmecheriei și a banilor ca pe un specific identitar al manelelor, ci – în special în ce privește șmecheria – ca pe o trăsătură națională, "noi românii suntem șmecheri" (Radu, Ferentari, 24) sau a timpurilor în care trăim: "cine nu vrea bani? Nu vrea femei? Hai, recunoaște, nu ti-ar placea să fii șmecher?" Al treilea argument - cu toată panica morală și intensa marginalizare la care a fost supus genul în ultimii ani, fanii nu se percep ca marginali și subversivi, ci ca parte a majorității, suspectându-i pe ceilalți de ipocrizie, "toți după ce se îmbată o dau pe manea, dar nu recunosc" (Ferentari 24).

În fapt, cu toată panica morală pe care au creat-o, manelele sunt o specie de pop, a carei subversivitate s-a născut oarecum involuntar și pe care fanii o asumă într-o mică măsură. Folosesc pop în sensul delimitat de Frith, Straw și Street⁷ ca o muzică *mainstream*, alternativă la rock and roll, care (1) urmărește succesul comercial, (2) se orientează către o audiență generală și nu spre una de nișă articulată în jurul unei ideologii sau subculturi, (3) este creată pentru dans mai degrabă decât pentru ascultat (ca atare folosind intens beat-uri electronice) și (4) țintește spre standardizare, spre o "rețetă", și nu spre creativitate și diferențiere.

Manelele țintesc succesul comercial, orientându-se către o audiență generală: "noi lautarii, ne punem în pielea ascultătorului, ne gândim ce ar vrea omul să audă, de aceea suntem așa de îndrăgiți" (Dan, 42, producător). Același producător, într-o emisiune tv de pe canalul Acasă, vorbește și despre importanța beat-ului în crearea unui hit, exemplificând cu melodia "Frate lângă frate", compusă pentru doi dintre soliștii pe care îi produce, Florin și Sorin Copilul de Aur. "Totul se bazează pe beat, încât să fie totul cât mai dansabil. Când ai dat drumul la percuție să rupă, să sară toată lumea în sus". Standardizarea se resimte mai ales în versuri - care, mai ales din anii 2000, repetă la nesfârșit câteva motive, în formule din ce în ce mai stereotipizate (exemple: "bag în boală dușmanii", "mă duce capul", "lumea-i rea", etc.)

„A fi lăutar înseamnă în primul rând a cânta la cerere, pentru a satisface așteptările ascultătorilor” (Victor Stoichiță)

Pentru a înțelege și mai clar de ce manelele s-au dus firesc spre pop și nu au generat o subcultură, este necesar un ocol în contextul de performare. Un lăutar cântă ce vrei tu să auzi, nu conform dispoziției proprii, arată cercetătorul Victor Stoichiță⁸: "În pofida diversității acestor practici, lăutăria rămâne o meserie destul de bine conturată. Nu oricare muzicanți profesioniști trec drept lăutari. A fi *lăutar* înseamnă în primul rând a cânta la cerere, pentru a satisface așteptările ascultătorilor". Sau în cuvintele unui lăutar (Jean, 40) "omul care-mi dă un bacșiș mi-l dă cu drag, ca așa simte el, l-am atins la suflet și i-am cantat de baiat, de fată, mamă tată, de el însuși". Manelele pun explicit în versuri acest aspect, îndemnând publicul să scoată bani din buzunar, să *se dea mare*: "hai aruncă hai aruncă banii / dă-te mare să moara dușmanii" (Copilul de Aur – *Cash cash*).

Prin urmare, un lăutar încearcă să surprindă cât mai bine orizontul de așteptare al publicului sau clientului care face dedicația. Rolul lui e să te facă să te simți bine și mai bun decât ești, motiv pentru care (1) nu va jigni și va încerca să se păstreze într-un registru retoric cât mai puțin ofensator pentru toată lumea (2) nu va vorbi despre aspecte neplăcute și (3) va încerca să înfrumusețeze realitatea, să-i dea un lustru *glamour-os*.

De aceea, manelele nu problematizează teme sociale ca sărăcia sau discriminarea – de exemplu, când ele vorbesc despre relațiile dintre majoritari și romi o fac în ton festiv, celebrând toleranța și diversitatea ("chiar dacă ești ardelean, moldovean sau țigan/suntem Made in Romania", spune cea mai cunoscută manea pe această temă – Ionuș Cercel, *Made in Romania*), în pofida rasismului din stricta proximitate a comentariilor aflate în subsolul pieselor de pe www.youtube.com. Pe de altă parte, nu se poate contesta că fanii de manele, care sunt atât etnici români cât și romi, nu s-ar remarca prin bună înțelegere.

În plus, sponsorii albumelor sau pieselor sunt de cele mai multe ori interlopi care comandă piese sau, pentru a-și auzi numele pomenit în intro-ul piesei, sponsorizează cu sume considerabile posibile hituri (Cornel, 35, organist). De asemenea, clienții care plusează sume mari la dedicații din cluburi sunt interlopi – iar piese care să vorbească despre sărăcie sau probleme sociale nu au succes: "faci o piesă despre sărăcie, dar cine o cumpără? Cine aruncă banul pe lăutar la o piesă așa?" (Cornel, 35, organist).

Manelele șmecheroase

Marca distinctivă a manelelelor de șmecherie e exagerarea fanfaroană a potenței financiare, care poate sau nu include umorul ca atitudine de fundal ("și când mor am valoare / la sicriu fac buzunare" – Nicolae Guță). Indiferent că sunt la persoana I ("sunt fabrică de bani"), a II-a ("ești luna de pe cer") sau a III-a ("are de toate, are putere și are spate"), ideea este în toate aceste cazuri aceeași, promovarea narcisistă.

Sunt câțiva termeni cu ocurențe masive în această secțiune: dușmani, bani-bogăție, șmecheri-șmecherie.

Manelele glosează enorm pe tema șmecheriei, care devine un fel de cale regală pe drumul spre bogăție, șmecherul făcând standardul de *cool* al genului. După bani/bogăție, șmecher/șmecherie este cuvântul cu cele mai multe ocurențe în manelele șmecheroase.

Trăsătura cea mai des pomenită a șmecherului e inteligența: "am cap de calculator" (Guță), "îmi merge capul cât zece" (Copilul de Aur), "sunt deșteptul" (Sorinel Puștiul), trăsătură cu care interlocutorii mei sunt de acord, "nu poți face bani dacă nu-mi umblă capul" (Porumbacu, 21), "banii nu-i fac smardoii, ci oamenii cu cap" (Ferentari, 27), "Nuțu Cămătaru e deștept și versat" (Ferentari, 27).

Poetica șmecheriei

Pe cât de baroce sunt manelele în a explica bogăția protagonistului, pe atât de sărace în a furniza detalii despre cum și-a făcut banii acesta. Așa puține câte sunt, câteva manele vorbesc despre afaceri, altele despre Dumnezeu sau noroc.

Manelele evită, deci, să intre în detaliile tehnice ale 'combinațiilor' făcute, preferând o retorică a vagului ("Șmecherii fac ce vor / Fraierii fac ce pot, stau pe loc / Șmecherul face de toate, le face pe toate / Fraierul doar ce poate" - Nicolae Guță, *Șmecherii fac ce vor*).

Astfel, refrenul unei manele (Florin Salam, *V-am făcut-o*), vorbește despre ce pare a fi o țeapa dată unor dușmani: 'V-am făcut-o, v-am făcut -o / Am tot stat și am gandit-o / V-am făcut-o ca la carte / De s-a terminat cu toate' (Florin Salam, *V-am făcut-o*). În ce sens protagonistul le-a făcut-o? Maneaua omite să precizeze în ce constă 'șmecheria' gandită atât de laborios, lăsând-o să suspende în generalități despre noroc: "Mare noroc mare noroc / Dumnezeu a vrut să fiu pe primul loc".

Alteori, referințele concrete sunt înlocuite prin piste false glumețe despre ce se întâmplă în spate: 'Multă lume când mă vede / Cum fac banii nu mă crede / Zice că-i vreo șmecherie / Sau vreun tun la loterie // Cum fac banii e secret / Poate-i fac pe internet / Ori îi fac la imprimantă / Că-mi vin banii ca pe bandă' (Florin Salam - *Iar am pus-o*).

În fapt, manelele, am înțeles în Ferentari, instalează un regim al *complicității* cu ascultătorul, ca și cum "ți-ar trage cu ochiul" (Radu, Ferentari, 24) - sau, ca să reiau o altă expresie a aceluiași interlocutor, "înțelegi, că nu ești prost". Șmecherul e cel care face uneori ilegalități dar nu e prins și tocmai asta-l face *cool*, că e *deștept* și nu se lasă prins - iar poetica manelelor funcționează pe același principiu: ele sugerează dedesubturi dubioase, dar nu le afirmă explicit.

Lipsesc din manele lucrurile care sunt spuse în privat, în grupuri restrânse de prieteni - dar tocmai aceasta lipsă le înalță la o treaptă de generalitate care le face să întâlnească orizontul de așteptare al unui public divers. Motiv pentru care, pentru interlocutorii mei, șmecherul îmbracă forme diferite: pentru cei din Ferentari, șmecherul e "barosanul", mafioul care face bani din afaceri necurate, fie el pește, traficant, cămătar; pentru Gicu (Porumbacu 17) șmecher este și tăică-su, care nu taie chitanță pentru marfa pe care o are în magazine (ce-i drept, nu e "barosan") - în fine, pentru toți șmecheria presupune să treci peste lege: "dacă nu ești șmecher, în România mori sărac."

Dușmanii, sursă de self-empowerment

În universul de discurs al manelelor, aceștia iau de cele mai multe ori chipul rivalilor: 'mi s-au înmulțit dușmanii / la fel de mult ca și banii / dar dușmanii știu așa / cu toții-s la mâna mea' (Guta). Un lăutar mi-a dat o explicație referitor ceea ce înseamnă dușmanii atunci când cântă despre ei: "Cine-s dușmanii? Nu știu, depinde cui îi cânti... Când cânti

de dușmani ăla își amintește de un dușman de acum o lună și când o ascultă se gândește că i-o trage."

Răspunsurile de la fanii manelelor trimit în aceeași direcție, de proiecție a nevoii de răzbunare, "când ascuți de dusmani îți dă o putere, o ambiție că mama ce le-as face" (Herman, 21, Porumbacu), percepție împărtășită și de un taximetrist ultras care, mai în glumă mai în serios, mi-a zis că el se gândește la suporterii echipei adverse când *ascultă de dușmani*. Confruntările între bande sunt obișnuite în cluburile de manele, care au 7-8 bodyguarzi (câțiva la intrare, care îi controlează pe băieții cu figuri suspecte, și alți câțiva înăuntru), motiv pentru care bătăile au loc în grupurile sanitare sau afară. Pentru astfel de baieti tineri, dușmanii sunt similari unei bătăi, consumată la nivel imaginar.

În felul acesta, dușmanii devin o sursă de *empowerment* masculin - întrucât dușmanii sunt pentru manele ceea ce sistemul/ autoritatea/ establishment-ul e pentru raper: opoziția *băiatului rău* din manele nu e față de sistem (deci nu *politică*, față de o instanță opresivă superioară ierarhic), ci față de dușmani (deci, mai degrabă de ordin comunitar, față de indivizi aflați pe același palier de putere). Cu toată relativa lor popularitate, sunt puține manele care vorbesc despre poliție-autorități (am identificat 9 despre "mascați", 6 despre "gardă"), și niciodată în termeni sfidători sau vindicativi.

Pornind de aici, dușmanii primesc de cele mai multe ori semnificații pozitive, fiind semn de putere și status social, întrucât "cine nu are dușmani/ ăla-i mic între țigani" (Florin Mitroi - *Lumea-mi spune mafiot*). Adrian Minune exprimă și mai clar de ce dușmanii sunt necesari: "e bine să ai și dusmani și prieteni.... Dușmanul este instrumentul de măsurare a valorii mele. Cu cât am mai mulți dușmani, cu atât valoarea e mai mare pentru ca în loc să zică *saracu de el* mai bine să zică *ia uite bă la asta [ce bazat e]*". Cu alte cuvinte, decât să le fie milă de tine, mai bine să te invidieze. Când vine de la dușmani (și de obicei de la ei vine), invidia e valorizată pozitiv, că "moare lumea, moare moare / ca Amar are valoare" (Nicolae Guta), ea certificând puterea/'valoarea' protagonistului; a fi invidiat înseamnă a ,baga în boală dușmanii', deci implicit a fi deasupra lor: ,mă invidiază lumea / că am soare pe strada mea / că traiesc ca un împărat pe lume / cum să nu fiu un om invidiat pe lume?' (Dan Armeanca și Marusca - *Mă invidiază lumea*). Dușmanii și invidia sunt părți dintr-o mitologie a empowerment-ului masculin.

Manelele de suflet

Piese de șmecherie au în petrecerile cu manele o contraparte serioasă, la care nu te distrezi neapărat, ci mai curând empatizezi sau cazi pe gânduri. Aceasta secțiune este descrisă de lăutari prin expresia "de suflet", i.e. muzica ce urmărește să emoționeze și să sensibilizeze, nu să distreze sau să trezească emoția puterii.

Astfel de piese laudă iubita sau familia (teme unde seriozitatea investiției afective blochează orice tentative de umor - cum se zice, despre familie și Dumnezeu nu se glumește) sau fac filozofia lumii rele. În demersul meu, o să mă opresc asupra acestei din urmă secțiuni.

Prietenii, "șerpi cu două fețe"

Există o neîncredere funciară în valoarea prieteniei. Manelele în care prietenii sunt investiți cu valoare pozitivă sunt cele care vorbesc de distracție, "să vină toți nebunii mei /să dau un mare chef cu ei" (Babi Minune, *Să vină toți nebunii mei*) sau "astăzi fie ce o fi / o să beau cu prietenii (Guță, *Hai vino*), dar care au fost hituri de un sezon. Doar două manele dedicate prieteniei s-au strecurat în repertoriul lăutarilor, "Prieten drag" al lui Sorinel Puștiul și mai ales clasică "Dintr-o mie de prieteni" (Florin Salam), o piesă ea însăși

sceptică: "dintr-o mie de prieteni / 900 m-au vândut / și acum când au probleme / Vin la mine să-i ajut / Dintr-o mie de prieteni / Mi-au rămas câțiva din ei / Care știu că nu m-ar vinde / Nici pe-un milion de lei". Când rămâi fără bani sau ai dat de necaz, te părăsesc, când dai de bani, te invidiază".

Prietenii sunt deci figuri ambigue - cu care te distrezi, dar în care nu poți să ai încredere („Sunt un om pățit și știu ce spun / Ce greu e să găsești un prieten bun / C-așa e firea omului / Să tragă jarul la curtea lui” Sorinel Pustiul – Șarpe pe lângă casă). Invidia, un sentiment valorizat pozitiv în partea șmecheroasă (certificând valoarea protagonistului), are în această secțiune parte de o percepție negativă - *prietenii* care te *invidiază* ajung să te *sape*.

Lumea rea și insecuritatea relațională

Acest scepticism relațional conturează finalmente un sentiment existențial de insecuritate, o viziune a lumii ca fundamental rea, ostilă: "Lume rea, lume rea / nu te ajută nimeni / Dac-aș avea o rachetă / să zbor pe alta planetă / să îmi iau familia / și să scap de lumea rea / Că m-am săturat de toate / Prea multă răutate / și perversitate / Pe lumea asta nu mai e dreptate" (Florin Salam, *Lume rea*). În esență, aceste piese spun că, dincolo de familie sau Dumnezeu, nu mai poți avea încredere în nimeni, fiindcă toți te tradează, "te vând" când le cere interesul.

Ce dă un plus de autenticitate acestor piese e subminarea machismului egolatu din piesele șmecheroase, protagonistul apărând într-o postură vulnerabilă, care asumă frica: "nu mai cred în nimenea / mi-e frică și de umbra mea / că lumea de azi s-a făcut rea / nu mai știu cum să vorbesc / de cine să mă feresc / și pe cine doamne să iubesc" (Dan Armeanca – *Nu mai cred în nimenea*).

Frații, substitut pentru prieteni

După soție și copii, frații sunt cea mai tematizată dintre relațiile de familie.

Chiar dacă se reclamă insistent legătura de sânge atunci când sunt invocați, ei cumulează și atributul prietenului perfect care va fi mereu și necondiționat alături de tine, care te salvează în momentele fără ieșire: "Chiar dacă dau de vreun rău / Mă scapă fratele meu / Are bani are putere / și mă scapă de-alea rele" (Dan Ciotoi, *Fratele meu*). Manelele evită, deci, să intre în detaliile tehnice ale 'combinațiilor' făcute, preferând o retorică a vagului ("Șmecherii fac ce vor / Fraierii fac ce pot, stau pe loc / Șmecherul face de toate, le face pe toate / Fraierul doar ce poate" - Nicolae Guță, *Șmecherii fac ce vor*).

Nu de puține ori frații își declară iubire în expresii de o ingenuitate care frizează ridicolul ("Frate, frate, mor după tine", spune Florin Mitroi), își fac griji adânci față de soarta celui alt când sunt la distanță ("Aseară când m-am culcat / Pe Dumnezeu am visat / Îmi spunea acolo în vis / Că frățiorul meu e trist - Doru Calotă, *Frățiorul meu*) resimt ca pe un gol existențial absența fratelui (Am de toate și imi merge bine / Dar n-am frățiorul lângă mine – Nicolae Guță, *Frate, frate*). Ceea ce dă forță acestei secțiuni este faptul că frații sunt de obicei invocați nu pe un fundal de fericire și calm, ci de insecuritate, pe scurt, pe fundalul *lumii rele*.

Frații sunt singura formă de solidaritate reală în lumea manelelor: "unde-i frate lângă frate / se dă lumea la o parte" (Frații de Aur, *Frate lângă frate*). Solidaritatea este atribut al fratelui, nu al prietenului, prietenia, simpla tovărășie, nu poate întemeia simbolic solidaritatea unei legături, "nu", am auzit asta în Ferentari, "prietenia nu înseamnă nimic. Dacă ținem unul la altul se cheamă că suntem frați."

Neîncrederea relațională în rândul fanilor

Cum se identifică deci fanii de rând cu acest mesaj? În Ferentari, m-am apropiat de câteva grupuri și în fiecare am auzit în mare cam același discurs - să nu am încredere în alți oameni din afara cercului cu care vorbeam, fiindcă restul "o sa ma facă". *Baiatul rau* era întotdeauna proiectat în afară, un fel de a spune "ceilalți sunt răi, nu noi". De asemenea, am auzit sintagme din piese aparținând acestui tip, citate în conversații uzuale, fie în manieră cinică, fie meditativă. Astfel, un amic care se pregatea să meargă la club, dar nu găsea mașină, concluziona glumet ca "mi-e prieten și mi-e frate buzunarul de la spate", ironizându-i pe amicii care nu se înghesuiau să-l ducă cu mașina.

Îndeobște refractare la discursurile șmecheriei și potenței afirmate ostentativ, femeile adoptă acest discurs al suspiciunii sub forma "invidie și bârfă". Astfel, o vecina mi-a povestit ca nu-și lasă fata să umble în fustă mini fiindcă se leagă vagabonții de ea și fiindcă "oamenii-s răi, îi scot vorbe, mai ales fetele" care sunt "prietene în față, dar bârfitoare pe la spate".

Cei mai în vârstă deplâng dispariția relațiilor de încredere din comunism, "cand toți eram la fel de săraci, dar când unul își ridica casa mergeam toți să-l ajutam. Acum toți sunt pentru ei". Un alt amic, care împrumutase bani unui văr care nu mai vroia sau nu mai putea sa-i dea înapoi, spunea ca "în lumea de azi, nici în rude nu mai poți avea încredere" și nu știa ce să facă, sa-l dea în judecată sau „sa-i bage mintile în cap” printr-o bataie.

Neîncrederea în autorități este un alt motiv des invocat - poliția este dezinteresată, judecătorii corupți, iar cei mai "hoți" și mai șmecheri dintre toți sunt oamenii politici, "ăia fură cel mai mult, ăia ar trebui băgați la închisoare". Atitudinea față de corupția autorităților, cea care îi atinge direct, este ambivalentă - astfel, primarul de sector Marian Vanghelie este blamat pentru că nu face nimic pentru cei care l-au ales, dar totodata este admirat pentru șmecheria lui, pentru faptul că, desi a pornit de jos și nu e prea instruit, "a făcut bani la viata lui și a ajuns sus".

Capitalism fără etică protestantă

De ce se întâmplă așa? După cum arată Weber¹⁰, capitalismul occidental este însoțit de o etică adiacentă, care spune că într-un schimb economic, ambele părți pot să câștige; în capitalismul tematizat de manelele, avem capitalism și posibilitate de îmbogățire, dar nu și etica protestantă subsecventă, ideea ca toți putem să câștigăm. În plus, schimbul economic se desfășoară în afara oricăror reguli (căci, cum zice Guță, "șmecherii fac ce vor, fraierii fac ce pot"). Urmarea este că unul, „smecherul”, câștiga, „o pune” în timp ce celălalt, „dușmanul”, „fraierul”, pierde, „își ia țeapă”. Problemele apar când lipsa de reguli din spațiul economic își face loc și în interiorul solidarităților comunitare: oamenii nu au așteptări pozitive de la ceilalți, ei nu au încredere în cinstea lor, punând răul înainte, că fie ceilalți sunt *pe interes*, fie că urmăresc să *te înșele*. Spus în cuvinte simple, șmecheria generează neîncredere.

Pe scurt, sub discursul triumfalist al bogăției, manelele creionează un portret al unei lumi atomizate care, dincolo de solidaritățile de familie, este însingurată în individualism. Prietenii, ca figuri ale solidarității intracomunitare, sunt de cele mai multe ori *șerpi cu doua fețe*, nu sprijin durabil. Etica s-a retras în sfera privată a familiei, în timp ce în spațiul public individualismul este total și orice este permis.

În consecință, "mergi pe drumul tău și nu te uita / prietenul e buzunarul tău și familia" (Nicolae Guță și Sorina, *Mergi pe drumul tău*).

Note

- 1 Beneficiar al proiectului „Construcția și implementarea unui program doctoral inovator interdisciplinar cu privire la problematica romilor”, proiect cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul Social European, Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013”.
- 2 Stoichiță, 2012.
- 3 Conform Barometrului de consum cultural 2006, consumatorul de manele este, printre altele, “o persoană tânără, de naționalitate română, mai degrabă bărbat. Apartenența la comunitatea romă este și ea un predictor semnificativ.”
- 4 Buchanan, 2007.
- 5 Este opinia lui Dan Bursuc care, într-un interviu, îi așează pe Dan Armeanca, “nasul manelelor”, Adrian Minune, Vali Vijelie, Dorel de la Popești la începutul noului gen muzical. El recunoaște între precursori manea istorică din anii '60-'70 (ilustrat de cântareți ca Romica Puceanu, Constantin Stanciu etc.), cu care genul de azi împarte ritmul - dar refuză etnopop-ului de la sfârșitul comunismului și începutul anilor '90 (ilustrat de formații ca Odeon, Azur, Albatros) integrarea în genul manele.
- 6 Hebdige, 2002.
- 7 Frith, *Straw și Street*, 2002.
- 8 Victor Stoichiță, 2010.
- 9 <http://www.acasatv.ro/emisiuni/manelistii-vorbesc-despre-umilintele-prin-care-au-trecut-video.html>
- 10 Weber, 1996.

Bibliografie

- Buchanan Donna. 2007. *Balkan Popular Culture and the Ottoman Ecumene*. London: The Scarecrow Press.
- Balasescu, Alexandru. 2011. *Reforma necesară II – Încrederea*, Contributors.ro, articol disponibil la adresa <http://www.contributors.ro/administratie/reforma-necesara-partea-a-ii-a-increderea/#.TnYTYv8StAo>. facebook
- Frith, Simon, Will Straw, John Street. 2001. *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giurchescu, Anca, Margaret Beissinger, Victor Stoichiță, Costin Moisil, Florin Iordan, Mirela Radu, Speranța Rădulescu. „Maneaua : rosturi, alcătuiri, înțeleșuri”. Lucrare prezentată la Muzeul Țăranului Român, București, 25 martie 2010, și disponibilă la adresa <http://www.muzeultaranuluiroman.ro/conferinte/?p=116=1>
- Hebidge, Dick. 2002. *Subculture: The meaning of style*. London, New York: Routledge.
- Stoichiță, Victor. *The Squire in the Helicopter. On Parody in Romanian Popular Music* (în curs de apariție)
- Schiop, Adrian. 2010. „Cum au îngropat elitele României manelele. O poveste cu cocalari”. *Criticatac*. articol disponibil la adresa <http://www.criticatac.ro/3957/cum-au-ingropat-elitele-romaniei-manelele-o-poveste-cu-cocalari/>
- Siulea, Ciprian. 2010. „România și oligarhia socială de piață”. *Criticatac*. articol disponibil la adresa <http://www.criticatac.ro/7565/romania-si-oligarhia-sociala-de-piata/>
- Weber Max. 1996. *Etica protestantă și spiritul capitalist*, București: Humanitas.

Surse

- Barometrul de consum cultural*. 2006. materia disponibil pe site-ul www.culturadata.ro
- Barometrul de consum cultural*. 2010 materia disponibil pe site-ul www.culturadata.ro