



"O que as novinhas quer? Descer até o chão¹". Divulgação do espetáculo brega recifense: entre invisibilidade e erotização, a mulher objeto.

*Mariana Gonçalves Cursino**
*Mariana de Oliveira Santos***
*Vívian Matias dos Santos****

RESUMO

Este trabalho pretende observar representações do feminino nos instrumentos de divulgação dos espetáculos de Brega recifense, tomando como referencial empírico cartazes de duas festas que ocorreram na cidade em 2013: a primeira situada em um bairro nobre; a segunda, em um bairro periférico. Os cartazes, enquanto meios de divulgação, estão inseridos na lógica da nossa sociedade sexista-heteronormativa e capitalista, visto que, ainda com distinções de classe, reafirmam a imagem das mulheres como mercadorias e atrativo sexual, enfatizando a erotização e fragmentação dos corpos. Assim, observam-se estratégias das casas noturnas, classificando as mulheres, desde a venda dos ingressos até as músicas tocadas, como objetos de desejo masculino e não como sujeitos, podendo, inclusive, legitimar os diversos tipos de violência: física, simbólica, psicológica, entre outras. Para a realização desse trabalho fizemos uso de pesquisa documental, tendo como fonte documentos escritos e visuais, pesquisa bibliográfica que traz como referências autores e autoras que tratam, dentre outros assuntos, da mídia musical no seio da indústria cultural e da violência, tendo como categoria analítica transversal o gênero, além da iconografia para uma melhor análise dos meios de divulgação supracitados. Tais recursos foram imprescindíveis para alcançar os resultados do presente trabalho: a compreensão da legitimação do sistema patriarcal através das mídias de divulgação dos espetáculos de música, através da fragmentação da mulher, posse do corpo feminino e erotização, buscando contribuir para futuras reflexões que tenham como objeto a influência.

Palavras-chave: Divulgação. Gênero. Representação.

INTRODUÇÃO

¹Título da composição dos MCs Sheldon e Boco. A grafia é citada da mesma maneira que os compositores cantam e conforme é apresentada em sites que disponibilizam letras de músicas.

* Graduada em Serviço Social Pela Universidade Federal de Pernambuco. Email: marianacursino@yahoo.com.br

** Graduada em Serviço Social pela Universidade Federal de Pernambuco. Email: marianasantoos@gmail.com

*** Doutora em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará. Email: vivianmsa@hotmail.com

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



Levando consigo performances descontraídas, o brega transcendeu a periferia da cidade do Recife, chegando a boates e festas de classe média e alta. Hoje, já é marca da música popular do Recife. Uma cultura que se espalhou com tanta rapidez que pouca gente consegue traçar quando foi que tudo começou. Porém, apesar da dimensão alcançada, o brega continua tendo dificuldades para ser aceito como artes, vivenciando momentos de oscilação nos meios de comunicação.

É diante do cenário de críticas pela indústria cultural e aceitação popular, que os artistas “bregueiros” precisam sustentar esse gênero musical, buscando alternativas para produção e divulgação. Na maioria das vezes, a solução está na informalidade e parcerias: redes sociais, produção independente, cartazes simples, o importante é chamar atenção e para isso qualquer recurso é válido.

Assim, o brega utiliza diversas estratégias para despertar o interesse da população, principalmente os consumidores: homem/ heterossexuais, uma delas é a colocação da mulher como “atrativo” para as festas, são figuras carimbadas nas divulgações: seu corpo, suas formas tornam a propaganda mais “eficaz” e garantem a presença masculina em cada espetáculo.

Partindo desse pressuposto, o presente trabalho objetiva observar de que maneira a mulher é representada. Para tal, selecionamos cartazes distintos, que propagam duas festas que ocorreram na cidade do Recife, sendo uma delas realizada em um bairro nobre, outra em um bairro periférico. Ressaltamos que tais imagens, foram retiradas da internet.

Diante da escolha de nosso objeto de pesquisa, optamos por realizar uma pesquisa de caráter qualitativo, visando à compreensão do fenômeno estudado, considerando a análise em sua complexidade (GODOY 1995), amparadas em dois recursos fundamentais: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.

Inicialmente, realizamos pesquisa bibliográfica que, serviu como forma de embasamento nas discussões e reflexões acerca das seguintes categorias centrais: gênero, divulgação, mídia e indústria cultural.

No que se refere à pesquisa documental, esta teve como finalidade o contato direto com o que foi escrito, cantado, dito ou filmado sobre brega. Sendo, esses utilizados como fontes de informações, aplicados para elucidar e

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: **Perspectivas Feministas de Gênero:**
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



chique. A expressão brega implicava numa definição para aquilo que estivesse fora dos padrões sociais, estéticos e, por que não dizer, musicais.

O ritmo brega apareceu em uma época em que emergiram no Brasil diversos movimentos culturais impulsionados pela música que eram voltados para uma revolução social, já que o país se encontrava em plena Ditadura Militar. No entanto, as músicas de brega não foram utilizadas como forma de protesto e sim como uma forma de neutralizar a população das questões políticas, dando a elas uma cultura absorvível e “sem cunho político”. (SILVA, 2003)

Neste mesmo período, surge uma vertente da música popular urbana, produzida e consumida por uma classe média, politizada e assume o rótulo MPB, que num primeiro momento representava uma espécie de luta nacionalista. Para Velôzo (2011, p.03) “os artistas intelectuais, universitários de classe média estavam comprometidos com as denúncias do autoritarismo, enquanto os populares ignoravam tais preocupações”. No entanto, a realidade dos compositores de brega nem sempre possibilitava viver de idealismo,

(...) Não que não estivesse preocupado com o que acontecia, mas tinha que me preocupar com minha vida pessoal. Corria atrás de trabalho. Por exemplo: Chico Buarque tinha sua casa, tinha seu pai rico, então era fácil ele ir à manifestações. Mas eu não tinha nem pai, nem mãe, nem casa para morar. Então, necessitava batalhar pelo meu disco. Não podia me envolver com isso. (Odair José in ARAÚJO, 2005, p.38)

Araújo (2005) afirma que o termo brega passou a designar uma nova vertente de artistas antes denominada “cafona” que apresentava temas românticos de grande apelo popular. Tal terminologia era utilizada também pela crítica musical que considerava a produção desses artistas como sendo tosca, vulgar, atrasada e que não poderia ser considerada música popular brasileira.

Consumida pela classe operária, trabalhadoras domésticas, população de baixa renda, pouca escolaridade e habitantes de subúrbios e cidades do interior. Os cafonas eram apontados como representantes de um Brasil rural, de tendências conservadoras, Suas composições eram “para os críticos, uma época de improviso, sem compromisso profissional, de baixo nível. Para o público, parte do patrimônio afetivo de grandes contingentes das camadas populares” (VELÔZO, 2011, p.02).

18º REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



Porém, mesmo diante deste cenário de indiferença e preconceito, os “cafonas” mobilizavam multidões e atingiam grandes marcas de vendas dos seus LPs, batendo recordes de execução nas rádios (ARAÚJO,2005). Esse período coincide com a consolidação e expansão da indústria fonográfica no país.

Segundo Velôzo (2011) a censura e repressão política geradas na ditadura atingiram também os cafonas que sofreram perseguições por atentar contra “a moral e os bons costumes”, com suas canções que tratavam de anticoncepcionais, prostitutas, exploração do trabalho, retratavam uma imagem invisível do país.

Mesmo assim, a música brega viveu um período de efervescência até os anos 90, quando começa a sucumbir às classificações pejorativas, desaparecendo da mídia massiva (FONTANELLA,2005).Nesse mesmo período de enfraquecimento do brega tradicional, romântico, há uma explosão de ritmos dançantes, no Nordeste brasileiro, como oaxé, a lambada e o forró, que serviram como instrumentos para revigorar o brega decadente. Essas músicas uniram influências dos mais diversos ritmos, criando a cada mistura um subgênero novo.

Assim, o brega contemporâneo se constitui como uma fusão entre o brega romântico, os gêneros locais influenciados pelos ritmos caribenhos, em especial a guitarrada, o humor popularesco do “forró de duplo sentido”, com a influência do movimento da Jovem Guarda, e com a música eletrônica internacional, a partir da ascensão de subgêneros como o tecnobrega³(AMARAL, 2006) e o melody⁴.

Esse fenômeno de miscigenação musical pode ser situado no que Canclini (2011) categoriza como “Hibridismo”. Para o autor, todas as culturas são de fronteira e, em virtude do fenômeno da desterritorialização⁵, articulam-se em relação umas às outras, sendo-lhes possível, ampliar seu potencial de comunicação e conhecimento.

³Popularizado a partir de 2002 é “caracterizado por agregar pulso veloz, recursos da technomusic e manipulação de ritmos/timbres utilizando softwares baixados da internet” (AMARAL, 2006 p.280), que alia ao brega a percussão eletrônica e uma sonoridade mais “cosmopolita”, aberta às experiências globais, à mistura de gêneros, ao *remake* e, à colagem e ao pastiche (LOBATO, 2010)

⁴ Sucesso a partir de 2007, espécie de resgate do romantismo (especialmente nas letras) do brega tradicional, com batidas menos aceleradas, porém mantendo a sonoridade sintética/eletrônica característica do tecnobrega. (LOBATO, 2010).

⁵Desterritorialização, na visão de Canclini (2011) constitui-se como um dos processos presentes na modernidade, que seria caracterizado pela transnacionalização dos mercados simbólicos e das migrações. Assim, são desconstruídos os antagonismos como colonizador X colonizado, nacionalista X cosmopolita, enfatizando a descentralização de empresas e a disseminação de produtos culturais



Diante disso, Silva, Santos e Cursino (2014) pontuam que o brega viu no hibridismo a possibilidade de retomada das paradas de sucesso, sendo incorporada a indústria cultural. Contudo, apesar do destaque conferido ao brega nos meios de comunicação, esse gênero continua sendo inferiorizado, sua produção realizada na informalidade e sua presença, embora constante em festas elitizadas, é sempre taxada de formosa pejorativa.

2. Propaganda, a alma do negócio

O brega sempre esteve em oscilação em relação aos meios de comunicação massivos, em alguns momentos no ápice, em outros num esquecimento – quase absoluto, mas uma coisa é certa: sempre “à margem no que se refere à crítica e às opiniões da sociedade de consumo” (VELÔZO, 2011, p.02).

É diante de tal contexto que os artistas “bregas” tentam sustentar sua arte, buscando alternativas para produção e divulgação de seus trabalhos. Na maioria das vezes, tudo começa em um pequeno estúdio, improvisado, onde são gravados os primeiros CDs “demo”. Inicia-se então uma saga: visitas à rádios comunitárias, parcerias com DJs e casas de festas, vendedores ambulantes. A lógica é clara: pra ganhar o gosto popular precisar alcançar os locais onde o possível público está.

Para Velôzo(2011), é essa rotina produtiva que leva o brega ao auge. Porém, a autora salienta que o excesso de oferta, o surgimento de muitos grupos com a mesma proposta, fizeram com que o brega fosse rechaçados das grandes emissoras, ficando limitados aos programas de pouca repercussão. Em 2009 o brega encontra nas redes sociais a ferramenta necessária para seu ressurgimento.

A indústria cultural identificou no brega uma possibilidade de mercado e, segundo a autora supracitada, resolveu abrir concessões. Os meios massivos começaram a dar espaço à periferia para a demonstração de suas manifestações,

através dos meios de comunicação e avanço da tecnologia. Nesse processo ocorre, ao mesmo tempo, uma tentativa de retomar o tradicional e uma tentativa de redefini-lo, modifica-lo.

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



trazendo a ideia de que o “popular” estava ocupando um espaço que lhe pertencia. Seria nesse sentido, o brega, uma música popular brasileira?

Na maioria das vezes quando pensamos em uma cultura popular entendemos que seria a expressão das tradições e costumes, sendo transmitida de geração a geração principalmente de forma oral. No entanto, na perspectiva do mercado e da mídia, o popular não se identifica mais com a tradição do povo, naquilo que ele possui ou é, mas naquilo que ele passa a ter acesso, no que gosta e consome com frequência. Assim, à definição de popular aderem elementos fora do que se entende como popular em seu sentido ontológico (CANCLINI, 2011).

Lobato (2010) aponta a existência de uma contradição no termo “popular” – ora designado para elementos autênticos, pertencentes a uma espécie de “memória” que perpassa textos culturais, ora associado àquilo que “vende maciçamente, o que agrada a multidões” (CANCLINI, 2011, p.259-260).

Outro ponto a levantado é de que as mercadorias culturais, nesse caso a música brega, se orientam de acordo com os interesses da indústria cultural, que influencia o processo de criação e no conteúdo das obras produzidas sob sua lógica, o que tende a produzir uma aceitação do gosto e domesticação da cultura popular, ou seja, das manifestações culturais das classes subalternas (ADORNO, 1986).

Nesse sentido, ao inserir o brega nos meios de comunicação massivos, com programas diários em emissoras de TV e rádio de grande audiência, a indústria cultural tenta transformar esse gênero em uma nova possibilidade econômica gerando a ilusão de que o brega ocupa um espaço que lhes pertencem. Contudo, seria esse um espaço “legítimo” ou apenas “domesticado” de manifestação?

Assim, entendemos que a indústria cultural coisifica a música brega, tornando-a um produto. Entretanto, se por um lado o brega reflete e reproduz em as desigualdades inerentes à sociabilidade capitalista, por outro, paradoxalmente o próprio público dessas canções aproveita esse produto para se expressar, para discutir questões e temas de sua realidade, enfim, como uma forma de inserção em uma sociedade que marginaliza, para ver e tornar-se vistos.

Talvez exatamente por isso tenham sido e sejam tão duramente criticados: o “povo massa” consegue um espaço na poderosa indústria cultural para se

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



expressar. Obviamente, não devemos ser ingênuos de acreditar que esse espaço seja livre e democrático. É claro que para serem incorporados à indústria cultural ocorre uma certa adequação destes mesmos artistas, porém, espaço por eles conquistado pode também indicar um caminho em meio ao pessimismo cultural: o “povo massa” não apenas consome o que a indústria cultural a ele impõe, ele utiliza esta mesma indústria para expressar a sua realidade, a qual nem sempre é a realidade que seus críticos gostariam que fosse revelada. (OLIVEIRA, 2008, p.6)

Porém, diante desse cenário contraditório, Velôzo (2011) acredita que o brega não se adequou as regras da indústria fonográfica, não permitindo que o valor de seu trabalho fosse definido – até porque precisa ser acessível ao público. Logo, o brega foi obrigado a procurar alternativas legítimas e possíveis de divulgação: aqui ressaltamos a produção independente, os estúdios simplórios, equipamentos obsoletos, distribuição gratuita de CDs.

No Recife, a forma mais encontrada de divulgação, e que atinge a todos os públicos e classes sociais são os cartazes. Espalhados em cada esquina, de cada bairro, nas paredes, nos muro, poste, parada de ônibus, eles convidam para mais um show de brega na região metropolitana.

Contudo, para cada público, para cada ambiente cabe um tipo específico de divulgação. Nas áreas mais abastadas da cidade são utilizados meios de propaganda mais elaborados. São cartazes com *design* gráfico mais complexo veiculados nas mídias sociais ou em *outdoors*, porém na maioria dos cartazes dessas festas a figura do MC⁶ não aparece. Seu nome tem destaque, seu rosto não.

Há um investimento em cores, *design* e temas para as festas (“Quinta do Brega”, “Noite das novinhas”, “Brega Naite”, “Sexta Cafuçu”). Questionamo-nos, então, se mesmo tendo alcançado a classe média, o bregafunk ainda não foi absorvido por ela. Visualizamos uma espécie de adaptação: alguns elementos são adaptados para que fiquem de acordo com os padrões estéticos esperados pela

⁶O termo MC é uma abreviação de Mestre de Cerimônias, aquele que comanda festas com músicas e discursos. Essa nomenclatura é utilizada no *rap*, *hip hop*, *funk* e, atualmente, no brega recifense. Inicialmente referia-se à pessoa que improvisava rimas, uma espécie de repentista que acompanhava o ritmo das músicas. Atualmente, é usada para designar cantores desses gêneros musicais.

18° REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



classe. As noites regadas à brega nas boates em Boa Viagem, normalmente, apresentam um tom “jocoso”, conforme pode ser percebido no cartaz abaixo.

Figura 1. Cartaz de Divulgação da Festa Brega Naite em Recife⁷



O cartaz acima convida para um show de brega voltado a população mais abastadas do Recife. O local da festa é o Vapor 48, no bairro do Recife Antigo. O valor da entrada 15 reais, entre as atrações do evento estão alguns DJs, sendo o principal, o DJ Val, um personagem conhecido entre “os figuras” do brega recifense.

A festa Brega Naite acontece desde 2010 no Recife e a cada ano tem obtido mais sucesso entre as pessoas das classes médias e altas da cidade. Sua projeção tem sido tamanha que já passaram por essa festa artistas reconhecidos nacionalmente no cenário musical, tais como: Gaby Amarantos, Preta Gil. Além de artistas locais de brega como: Kelvis Duran; MC Sheldon entre outros.

A representação do brega retratada pelo cartaz é feita a partir de um estilo *vintage*⁸, como algo fora de moda, engraçado, mas com qualidade. A sensualidade também está presente, com teor cômico - expresso por meio dos termos utilizados: “hora da bagaça”, “é *ralani* e *infregani*”, “molhada de tesão” e também pela performance e adereços dos atores presentes na peça gráfica. As roupas são

⁷ Cartaz de divulgação de festa de brega em Recife. Disponível em: <<http://musicaoriginalbrasileira.blogspot.com.br/2012/05/faringes-da-paixao-fofolete-do-cao.html>>. Acesso em: 05 set. 2014.

⁸ Estilo de vida e moda retrógrada.

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



mínimas, deixando à mostra qual o padrão de beleza reinante: a mulher alta, magra, branca, e o homem musculoso, bronzeado, com pernas torneadas, abdômen definido e cabelo liso.

A busca pelo corpo ideal ou padrão de beleza ideal, moldado por um estilo europeu, e também uma estratégia de dominação masculina, fruto de uma cultura sexista-heterossexista, que impõe à mulher gerar satisfação ao homem e agradá-lo, para isso elas precisam se adequar a um padrão ideal de beleza.

Esse processo de “melhoramento” dos corpos para agradar os homens, é justamente um dos pilares que estruturam o consumismo feminino. Assim explica Bourdieu: “Estando, socialmente levadas a tratar a si próprias como objetos estéticos e, por conseguinte, dedicar uma atenção constante a tudo que se refere à beleza, à elegância do corpo, das vestes, da postura.” (2007, p.119). Ou seja, a mulher reproduz areificação e “fetichização” de seu corpo, tornando-o atraente para consumo e se submetendo ao homem (conforme quer determinar as matrizes heteronormativas) efetivando seu valor, ao ser utilizado.

Porém, não é a beleza do corpo da mulher que adquire valor, mas o seu valor mercadológico por meio da lógica do consumo, que estimulado pelo processo de padronização estética se relaciona a inúmeros produtos, fazendo com que as mulheres usem e comprem muito além do que de fato seria necessário. Deste modo, na modernidade, criou-se um “status” corporal feminino, ao qual se passou a investir economicamente, como objeto para consumo, com valor mercadológico. Para tal, as classes hegemônicas utilizam os meios de comunicação de massa, legitimando e reproduzindo esse padrão determinado de aparência, imposto às mulheres que, pressionadas socialmente, apresentam seus corpos como objetos, incentivadas pela busca do “corpo ideal”.

A posição em que o casal se encontra na imagem do cartaz acima pode tanto remeter a uma performance de dança como ao um contato mais sexual - visto que houve a introdução proposital de línguas nas figuras do casal, dando teor erótico e descontraído à imagem. Essas características depreciativas ou fantasiosas são, visto com mais frequência nas divulgações direcionadas às áreas nobres da cidade. Ou

18º REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



seja, apesar de consumido nessas áreas, o brega ainda é estereotipado como algo “sem classe” até mesmo em sua divulgação.

Já nos subúrbios o convite para um show de brega desenha um caminho diferente, a divulgação conta, geralmente, com recursos como rádios comunitárias e os cartazes chamados “lambe-lambe”⁹. Aqui, os MCs aparecem carregando todo o seu estilo e indumentárias. Seus nomes ocupam a centralidade do cartaz e também estão presentes os patrocinadores dessas festas. Normalmente, em uma única festa estarão presentes vários MCs e bandas de brega.

Figura 2. Cartaz de Divulgação de festa de brega no clube Bonsucesso F.C¹⁰



O cartaz acima divulga um show de brega no Clube Bonsucesso F.C, uma das casas de shows mais populares do Recife, localizada no bairro do Alto José do Pinho, subúrbio da cidade. O cartaz apresenta um *design* menos arrojado. Utiliza-se de fotos já divulgadas na mídia. Também podemos observar que não há a criação de cenários ou personagens para atrair a atenção do possível público, como acontece nos cartazes das boates elitizadas.

Para a compreensão desta questão é relevante considerar que com a repetição constante de certos modelos e atos são construídas nossas identidades de gênero. Esses atos são, para Butler (2001), performativos, pois “a essência ou a

⁹ Termo utilizado para denominar um cartaz de tamanho variado que é colocado em muros e fachadas. É comumente utilizado em bairros do Recife com o intuito de divulgar eventos.

¹⁰ Cartaz de divulgação de festa de brega na casa de show Bonsucesso F.C. Disponível em: <http://www.agendadasnovinhas.net/2010_09_26_archive.html>. Acesso em: 10 out. 14.

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



identidade que pretendem expressar são fabricações manufaturadas e sustentadas por signos corpóreos e outros meios discursivos” (p. 21).

Ao deixar em evidência algumas partes de seu corpo, as mulheres assumem, para o outro, uma forma fragmentada, inscrevem-se em uma proposta que valoriza apenas o que elas tem de mais sensual (AMORIM, 2009).

Amorim (2009) afirma que por meio desse processo há uma espécie de silenciamento do sujeito e uma exaltação do objeto de desejo, apenas fragmentos do seu corpo, aquilo que é desejado pelo outro. A identidade dessas mulheres seria construída em torno do que elas têm de mais cobiçado, o que é mais significativo.

O corpo feminino sempre teve grande visibilidade e, no mundo contemporâneo, que dispõe de tantos meios midiáticos, isso se torna ainda mais frequente e é até visto como comum afinal “o que é bonito é para se mostrar”. Isso também é bastante útil para a afirmação do discurso sexista-heterossexista e, especificamente, para a concretização da violência contra as mulheres, especialmente a simbólica.

Há uma aceitação do “culto” à bunda, visto como algo cultural, naturalizado nas performances, nas roupas, nas músicas que enfatizam as nádegas femininas como o valor maior atribuído à mulher, como se o corpo (que deve ser entendido para além do sentido biológico) se resumisse unicamente a isso. Esse processo é entendido por Lessa (2005) como “bundalização” que, na visão da autora,

Não é meramente uma ênfase na bunda das mulheres, apesar de todos os signos que lhes perseguem: do biótipo da “mulher brasileira”, como se houvesse um padrão de corpo, uma forma, e da fascinação masculina que a persegue em seus vários sentidos. A bundalização sinaliza aqui uma fragmentação dos corpos em partes, pedaços do corpo em destaque: são peitos, coxas, rostos transformados em “mercadoria em vias de aprimoramento” (p. 73-74).

Diante disso, as mulheres são concebidas como um objeto que, segundo o dicionário Larousse Cultural, diz respeito a um bem material fabricado para atender determinado uso. E, é justamente assim que as mulheres são vistas como algo que não tem opinião, sentimento, que não é um ser pensante. E como objetos, só tem serventia se usar o corpo instintivamente. É reconhecida socialmente por fragmentos do seu corpo, que depois de exposto pode ser usado ou descartado de acordo com as regras da mídia massiva.

18º REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



Nossa sociabilidade sexista-heterossexista e capitalista reafirma por meio dessas propagandas e estratégias, a imagem das mulheres como uma mercadoria, como um atrativo. Essa violência é de certa forma, estimulada por essas casas noturnas. Não é raro tomarmos conhecimento de casos onde isso tomou proporções maiores: mulheres agredidas¹¹ por terem dito um simples não.

Essa lógica de funcionamento das casas noturnas tratam as mulheres desde a divulgação, até as músicas tocadas, como mercadoria, objetos de desejo masculino e, aparentemente, tornam legítimos as mais diversas violências sexista.

No entanto, essa estratégia já está tão naturalizada e enraizada que é tida como uma espécie de privilégio feminino e, algumas mulheres, até concebem dessa forma, acreditando que de fato são privilegiadas com ingressos e bebidas gratuitas. E, nesses espaços dançam ao som das músicas que reproduzem suas violências cotidianas, repetindo passos, coreografados pelas bailarinas, também mulheres legitimando, de certo modo, a subordinação feminina.

Mesmo que as mulheres que frequentam esses espaços não percebam, esses locais não são apresentados para o público masculino e heterossexual apenas como alternativas para lazer e diversão, mas como um mercado, um “abatedouro”, onde o principal discurso é “Damas grátis”. Nos questionamos: Damas grátis para quem?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contrariando a sua reputação negativa, o brega tem crescido e se mostrado um produto rentável, principalmente pelos baixos custos da produção e divulgação. Tem atingido todos os públicos (ou muito deles) ultrapassando os subúrbios, invadindo os bairros nobres da cidade.

Sua importância é vista não somente no universo cultural recifense, mas também, na economia local e, por que não dizer, nacional, visto o espaço que tem

¹¹ Podemos utilizar com exemplo o caso da estudante de direito Rhanna Umbelino, que fraturou o braço, após ser agredida por um rapaz alcoolizado em uma boate do Rio Grande do Norte, que não aceitou um “não” como resposta, ao questionar se poderia beijá-la. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/cidades/noticias/jovem-agredida-em-boate-de-natal-diz-que-viu-outras-pessoas-sem-do-espandadas-20111019.html>>. Acesso em: 10 out. 2014.

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



conquistado no contexto midiático. Aos poucos esse gênero musical tem rompido as barreiras locais, dialogando com elementos globais, hibridizando-se com outros gêneros, estilizando corpos e danças em espaços antes não imaginados.

No entanto, assim como muitos outros gêneros musicais o brega recifense é construído sobre o reflexo de uma sociedade sexista/ heteronormativa que muitas vezes (re)legitimam o sistema patriarcal e a dominação dos homens sobre as mulheres, de forma, muitas vezes, imperceptível, de tão naturalizada.

Assim, não podemos afirmar que esses compositores são inteiramente culpados, por reproduzir uma lógica desigual, pois muitas vezes esses não entendem e só refletem o que vivenciam, mas também não podemos afirmar que o tratamento das mulheres como objetos de desejo de rostos, vozes e identidades ignoradas se dê de forma inconsciente. De fato, nosso intuito com este trabalho não foi averiguar a culpa ou inocência destes artistas brega. Porém, em se constatando elementos simbólicos de representação das mulheres em suas divulgações, buscamos compreender como tais elementos se explicitam.

São composições, performances, vestuários que, fazem referência a um suposto estereótipo de mulheres sexualmente livres mas, que na verdade reitera a normatização do sexo, na medida em que as mulheres são imaginadas como objetos das práticas masculinas. Sendo ratificadas pelas mídia massiva, com as divulgações, principalmente em cartazes.

As mulheres no brega, aparentemente, passam a ser reconhecidas socialmente a partir de fragmentos do seu corpo, que depois de visto e desejado tem seu fim definido pelo que é posto na mídia massiva: pode ser usado novamente, servir para a propaganda de outros produtos, ou ainda ser descartado. São retratadas nos cartazes, aparentemente como não como sujeitos, mas como objetos das práticas sexuais masculinas, ou ainda, mercadorias. Trata-se de uma coisificação, que como aponta Lessa (2005) é uma ferida exposta do patriarcado, da hierarquia sexual e da dominação das mulheres.

Outra questão a ser pontuada é a distinção entre os públicos, o que fica claramente exposto nas divulgações dos shows, ou seja, apesar de estarem presentes em diversos cenários, os artistas se apresentam/são divulgados

18º REDOR
24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE
Tema: **Perspectivas Feministas de Gênero:**
Desafios no Campo da Militância e das Práticas



de maneiras distintas, de acordo com o público consumidor, inclusive a imagem da mulher ideal, cada público possui um ideal de beleza diferenciado. Implica dizer que embora esteja “à margem” da indústria cultural, os artistas bregas - em seus inúmeros subgêneros- também criam suas estratégias de sobrevivência.

Concluimos esse breve ensaio, tendo plena consciência de que o brega é um fenômeno complexo e que não pode se esgotar em um único estudo. Reconhecemos os avanços nos estudos sobre gênero e as discussões sobre as atuais manifestações do patriarcado - ainda bastante presente em nossa sociedade. Concluimos, portanto cientes que esta tentativa de esforço analítico ainda precisa ser aprofundada, até porque o brega(incluindo o bregafunk, o brega romântico, entre outros) tem alcançado lugares antes impensáveis.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

AMORIM, Márcia Fonseca. **O discurso da e sobre a mulher no funk brasileiro de cunho erótico**: uma proposta de análise do universo sexual feminino. Disponível em:<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=0004_70186_&fd=y>. Acesso em: 10 out., 2014.

AMARAL, Paulo Murilo Guerreiro do. **Estigma e cosmopolitismo local**: considerações sobre uma estética legitimadora do tecnobrega em Belém do Pará. Disponível em: <http://www.bregapop.com/home/index.php?option=com_content&task=view&id=4951&Itemid=835>. Acesso em: 10 out., 2014.

ARAÚJO, Paulo César de. **Eu não sou cachorro não**: música popular cafona e ditadura militar. Rio de Janeiro: Record, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

18º REDOR

24 a 27 de Novembro
2014

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE

Tema: Perspectivas Feministas de Gênero:

Desafios no Campo da Militância e das Práticas



BUTLER, Judith. **Corpos que pesam**: sobre os limites discursivos do sexo. IN: LOURO, Guracira. O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p.151-179.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. São Paulo: UNESP, 2011.

FONTANELLA, Fernando Israel. O Fenômeno Brega. **Revista Continente**, Recife, ano VIII, n. 92, agosto/2005.

FREIRE, Libny. **O local não permanecera intocado, defende pesquisador da cultura popular**. Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa, v. 1, n. 18, 2012.

LESSA, Patrícia. **Mulheres à venda**: uma leitura do discurso publicitário nos outdoors. Londrina: Eduel, 2005.

LOBATO, José Augusto. **O grito difuso da periferia**: hibridismos e tensões entre o popular e o massivo no brega paraense. Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, v.2, Dez, 2010.

OLIVEIRA, Adriana Mattos de. Jovem Guarda e Música Brega: as brechas na “indústria cultura”. Disponível em: <http://encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1215603474_ARQUIVO_Artigo_Adrianamodificado.pdf> Acesso: 10 out. 2014

SILVA, José. **Música “Brega”, Sociabilidade e Identidade na Região Norte**. Disponível em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=202&path%5B%5D=196>>. Acesso: 16 set. 2014

SILVA, Marcela; SANTOS, Mariana; CURSINO, Mariana. **“Mete o Fio Dental e Passa o Óleo no Bumbum”**: A Violência Simbólica Contra as Mulheres no Cenário

