

# **Universidade Federal do Rio Grande do Norte**

Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes  
Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia

Libny Silva Freire

## **Forró eletrônico:**

Uma análise sobre a representação da figura feminina

Natal, 2012

Libny Silva Freire

## **Forró eletrônico:**

Uma análise sobre a representação da figura feminina

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia.

*Linha de pesquisa:* Estudos da mídia e Produção de Sentido.

*Orientadora:* Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

Natal, 2012

Catálogo da Publicação na Fonte.  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.  
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

Freire, Libny Silva.

Fórró eletrônico : uma análise sobre a representação da figura feminina /  
Libny Silva Freire. – 2012.  
113 f.: il.

Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do  
Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa  
de Pós-graduação em Estudos da Mídia, Natal, 2012.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

1. Música – Discursos Midiáticos. 2. Mulher. 3. Produção de sentido. 4.  
Fórró eletrônico. 5. Folkcomunicação. I. Lima, Maria Érica de Oliveira. II.  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

RN/BSE-CCHLA

CDU 316.774

Libny Silva Freire

## **Forró eletrônico:**

Uma análise sobre a representação da figura feminina

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia.

*Linha de pesquisa:* Estudos da mídia e Produção de Sentido.

*Orientadora:* Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

Aprovada em: 22 de junho de 2012.

---

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN  
Orientadora

---

Prof. Dr. Osvaldo Meira Trigueiro  
Universidade Federal da Paraíba – UFPB  
Membro titular externo

---

Profa. Dra. Josimey Costa da Silva  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN  
Membro titular interno

---

Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN  
Membro suplente

À alegria da vida, sem a qual nada valeria a pena.

## AGRADECIMENTOS

Por todo amor recebido, seja na condição de filha, de neta ou de sobrinha.

A Maria Érica de Oliveira Lima, pela confiança, pelos conselhos e pela generosidade, ensinando-me que a orientação vai além da Academia.

Ao Prof. Dr. Felipe Trotta pelos apontamentos no processo de qualificação.

Aos membros da banca examinadora, Prof. Dr. Osvaldo Trigueiro, Profa. Dra. Josimey Costa e Prof. Dr. Itamar Nobre pelas valiosas contribuições.

Ao programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia por acreditar nesta pesquisa e à Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do Programa de ReUNI, por incentivar a prática docente.

Às professoras Socorro Veloso, Lilian Muneiro e Valquíria Kneipp, por compartilharem o conhecimento com tamanha generosidade.

À Rádio *96 FM*, através do Epitácio Faustino, pela cooperação e liberação dos arquivos para nossa pesquisa.

Aos amigos Deyvit Fernandes e Theresa Medeiros pela valiosíssima ajuda com produção gráfica.

A Ewerton Oliveira pela tradução e generosidade.

A Helton Rubiano, por juntos fazermos a tristeza saltar de alegria.

A Tonny Marques por ser quem é em minha vida.

## RESUMO

Compreendendo a música como uma manifestação social, capaz de representar a época e a cultura juntamente com seus usos e costumes, lançamos nosso olhar sob a figura feminina presente no gênero forró eletrônico. Através de uma leitura dos dois gêneros – musical e feminino – buscamos identificar os discursos, presentes nas composições, que remetem ao universo feminino – com temática e/ou termos referentes à mulher. O estudo se concentra nas composições realizadas no período de 2009 a 2010 e que se tornaram *hits*, ou seja, as que atingiram o maior número de ouvintes da *Rádio 96 FM* através do programa *Paradão 96*, veiculado diariamente na cidade do Natal/RN. Embasados por conceitos como *indústria cultural*, *cultura de massa*, *folkcomunicação* e *gênero*, analisamos os processos de produção de sentido como decorrência da utilização da figura feminina e mais exatamente, acerca da representação da mulher através dos discursos do forró eletrônico. Optamos pela pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e a análise do discurso como técnica, a fim de identificar os termos que se referem à mulher, refletindo sobre quais as significações possíveis encontradas nesses discursos. Apontamos que em nossa investigação não predominou uma figura feminina transformada em objeto sexual, erotizada e submissa, atributos dados à mulher, presentes nos discursos do forró eletrônico. Com temáticas variantes – algumas lúdicas e outras acerca da traição feminina – identificamos que, para a surpresa de muitos, inclusive nossa, o amor romântico foi quem liderou os pedidos da audiência durante o nosso recorte temporal e que a figura feminina possui diversas facetas dentro do forró eletrônico.

**Palavras-chave:** Música, Mulher; Produção de sentido; Forró eletrônico; Folkcomunicação.

## RESUMEN

Entendiendo la música como una manifestación social, capaz de representar el tiempo y la cultura, junto con sus usos y costumbres, dirigimos nuestra mirada en la figura femenina presente en el género forró electrónico. A través de la lectura de los dos géneros – musical y femenino – buscamos identificar los discursos, presentes en las composiciones, que se refieren a lo femenino – con temática y/o términos que se refieren a las mujeres. El estudio se centra en las composiciones en el período 2009 a 2010 y que se convirtieron en éxitos, es decir, aquellos que han alcanzado el mayor número de oyentes de Radio *96 FM* a través del programa *Paradão 96*, transmitido diariamente en la ciudad de Natal/RN. Basado en conceptos tales como *industria cultural*, *cultura de masas*, *folkcomunicación* y *género*, se analizan los procesos de producción de sentido como resultado del uso de la figura femenina y con mayor precisión, sobre la representación de las mujeres a través de discursos del forró electrónico. Elegimos el enfoque descriptivo cualitativo y análisis del discurso como una técnica para identificarlos términos que se refieren a las mujeres, reflexionando sobre los posibles significados que se encuentran en estos discursos. Se señala que en nuestra investigación no predominó una figura femenina convertida en un objeto sexual, erótico y sumisa, atributos dados para las mujeres, en los discursos de forró electrónico. Con variaciones en las temáticas – algunas juguetones y otras acerca de la traición de la mujer – identificamos que, para sorpresa de muchos, incluidos nosotros, el amor romántico fue el que llevó las solicitudes de audiencia durante nuestro período de tiempo y que la figura femenina tiene varias facetas dentro del forró electrónico.

**Palabras clave:** Música; Mujer; Producción de sentido; Forró electrónico; Folkcomunicación.

## ABSTRACT

Understanding music as a social manifestation, able to represent the time and culture along with their uses and mores, we look at the female figure in the electronic forró genre. Through a reading of the two genres – musical and feminine – we seek to identify the discourses present in the compositions, which refer to the feminine – with thematic and/or terms referring to women. The study focuses on the compositions between 2009 to 2010 which became hits, ie.: those which have attained the highest number of listeners to *96 FM* in a program named *Paradão 96*, broadcasted daily in the city of Natal/RN. Grounded in such concepts as *cultural industry*, *mass culture*, *folkcommunication* and *gender*, we analyze the processes of meaning production as a result of using the female figure and more accurately, about the representation of women through the discourse of this specific genre. We have chose the descriptive research with a qualitative approach and Discourse Analysis as a technique to identify the terms that refer to women, reflecting on what would be the possible meanings found in these speeches. We point out that in our investigation the female figure turned into a sexual object, erotic and submissive, in their turn, attributes usually given to women, was not a predominant result in the speech of electronic forró gender. With a variant thematic – some playful and others about the betrayal of women – we have identified that, to the surprise of many, including ourselves, romantic love was the one who led the audience requests during our time frame and that the female figure has several facets within the studied genre.

**Keywords:** Music; Women; Production of meaning; Electronic forró; Folkcommunication.

*O que é uma mulher? Um animal racional. Em suma, um Homem, como todo mundo.*

Elisabeth Badinter

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES E TABELAS

- Figura 1:** Anúncio de show da banda *Aviões do Forró*, 25
- Figura 2:** Vocalista de banda de forró eletrônico, 27
- Figura 3:** Dançarinas de banda *Aviões do Forró*, 27
- Figura 4:** Ex-votos na capela da Serra do Lima – Patu/RN, 54
- Gráfico 1:** Gêneros musicais veiculados na rádio *96 FM* – 2009, 45
- Gráfico 2:** Gêneros musicais veiculados na rádio *96 FM* – 2010, 45
- Gráfico 3:** Elementos *folk* encontrados nas composições de 2009 / 2010, 82
- Gráfico 4:** Temáticas / 2009, 83
- Gráfico 5:** Temáticas / 2010, 83
- Gráfico 6:** Total de ocorrências temáticas 2009 / 2010, 84
- Gráfico 7:** Vocalistas / 2009, 90
- Gráfico 8:** Fala direcionada / 2009, 90
- Gráfico 9:** Vocalistas / 2010, 92
- Gráfico 10:** Fala direcionada / 2010, 93
- Tabela 1:** Segmento de empresas que compõem a *Rede Somzoom Sat*, 40
- Tabela 2:** Relação das composições analisadas em 2009, 81
- Tabela 3:** Relação das composições analisadas em 2010, 81

## SUMÁRIO

### **Introdução, 13**

#### **Capítulo 1**

- 1.1 Região: simbologia e representação, 17
- 1.2 Nordeste: ideia e percepção, 18
- 1.3 *Tá estourado*: histórico e categorias do forró, 21

#### **Capítulo 2**

- 2.1 Rádio: ondas de sensações, 31
- 2.2 Rádio no Brasil: nascimento, ascensão e declínio, 32
- 2.3 Indústria fonográfica: música para consumo, 34
- 2.4 Da sanfona ao gelo seco: o forró eletrônico, 36
- 2.5 *Somzoom Sat* e *Isaías CDs*: indústria fonográfica regional, 39
- 2.6 Forró eletrônico: festa, amor e sexo, 46

#### **Capítulo 3**

- 3.1 Folclore: pela formulação de um conceito, 49
- 3.2 Cultura popular e erudita: o “saber” e o “fazer”, 50
- 3.3 Cultura de massa: produção e consumo, 52
- 3.4 Folkcomunicação: a comunicação informal popular, 53
- 3.5 *Folkmídia*: a interação entre “culturas”, 55
- 3.6 Forró: linguagem *folk*, 57

#### **Capítulo 4**

- 4.1 Mulher: serviçal, donzela, bruxa e operária, 64
- 4.2 Feminismo: as facetas de um movimento, 66
- 4.3 Brasil: movimento feminista e movimento de mulheres, 70
- 4.4 Musical e feminino: um olhar sobre gêneros, 75

#### **Capítulo 5**

- 5.1 Discurso: transformações e significações, 78
- 5.2 Os discursos *for all*, 80
- 5.3 Figura feminina: o lugar no forró, 84

### **Considerações finais, 94**

### **Referências, 97**

### **Apêndice, 103**

### **Anexos, 105**

## INTRODUÇÃO

Lançando nosso olhar sobre a região Nordeste, indústria fonográfica regional e cultura popular, esta pesquisa se propõe a entender o universo da música, mais precisamente nas composições do gênero forró eletrônico, no que diz respeito à representação da figura feminina.

Buscamos compreender como as representações foram sendo alteradas, no que diz respeito ao comportamento e às relações homem x mulher, pensadas a partir das diferenças de gênero, construídas culturalmente em nossa sociedade. À mulher não era permitido ingerir bebida alcoólica em público, hoje temos, no forró eletrônico, uma figura feminina que além consumir a bebida com o parceiro, cai de embriaguez. Objetivamos investigar os processos de produção de sentido como decorrência dessas representações, identificando termos/expressões, a partir da análise do discurso, referentes à imagem da mulher nas letras de música do forró – especificamente as mais pedidas do programa *Paradão 96*, da *Rádio 96 FM* – veiculadas no período de 2009 e 2010. Incluímos em nossa pesquisa, a reflexão sobre a utilização de possíveis temáticas, como o amor romântico e a traição amorosa, tanto no âmbito comportamental quanto cultural.

Em alguns gêneros musicais, é afirmado que a figura feminina é tratada com devoção e demonstrações de afeto, em contrapartida com outros gêneros musicais, como o forró eletrônico – nosso objeto de pesquisa – encontramos diversas declarações que argumentam que a mulher é retratada de outra maneira, sob outro enfoque. Encontramos no estilo em questão, temas relacionados a diversas áreas, mas a ele é atribuída uma constância maior de temas que relacionam mulheres com álcool, traição conjugal e linguagem erótica.

É necessário identificar como essas relações homem x mulher estão sendo exploradas pelo forró eletrônico, como se dá a construção da representação da figura feminina, novas posturas, comportamentos e hábitos, observando como os significados estão sendo produzidos na sociedade. Buscamos, através de uma discussão sobre as relações de poder, construídas a partir dos gêneros, acima de tudo, identificar as formas de representação de uma figura feminina no forró eletrônico e quais significações possíveis se encontram nesses discursos.

Para a realização desse estudo, optamos pela pesquisa descritiva e qualitativa, por melhor se enquadrar ao campo estudado e aos objetivos propostos. A pesquisa descritiva caracteriza-se pela observação, registro, análise e correlação dos fatos ou fenômenos em estudo. Nesse caso, um estudo exploratório, realizado na linguagem das letras do forró eletrônico, mais especificamente, na representação da mulher.

Quanto à abordagem, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois, segundo Minayo (2002, p. 21-22), “ela trabalha com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores, atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos [...]”. Dessa forma, Acreditamos que o estudo da construção da imagem feminina no forró eletrônico se tornou mais eficaz e satisfatório quando utilizamos as ferramentas que a pesquisa qualitativa faz uso.

Para a pesquisa com as letras de música, também utilizamos a análise de discurso como técnica de investigação, além de entrevistas e pesquisa bibliográfica. De acordo com Manhães (2009, p. 306), “a análise de discurso é [...] a desconstrução do texto em discurso, ou seja, em vozes. A técnica consiste em desmontar para perceber como foi montado”. Analisamos, a partir disso, os termos presentes no discurso e identificando os que se referiam à mulher.

O estudo se concentra nas composições realizadas no período de 2009 a 2010, com temática feminina, com referências ao universo feminino e a sua representação, e que alcançaram o maior número de veiculação na emissora de rádio *96 FM*, ou seja, os *hits*, portanto, as composições mais executadas em rádios e shows – vaquejadas<sup>1</sup>, por exemplo. Em nossa pesquisa, nos detivemos na emissora de rádio *96 FM*<sup>2</sup>, de Natal, Rio Grande do Norte.

A coleta de dados se deu através do programa *Paradão 96*, transmitido de segunda a sexta-feira, no horário de 18h às 19h, e que veicula as dez músicas mais pedidas durante o dia. O ouvinte é quem agenda essa classificação, que inclui diversos gêneros musicais.

A pesquisa se manifesta quantitativa em um dado momento, pois necessitamos elaborar tabelas e gráficos, para que através da visualização pudéssemos observar quais os gêneros e músicas que foram mais tocadas, quais as temáticas que predominavam, e quais canções eram dirigidas à figura feminina, ao consumo de álcool e ao amor romântico, entre outros, que observaremos adiante.

Entendemos que, numa sociedade midiaticizada, não se pode estudar comunicação sem a analisar o relacionamento da mídia com as expressões populares e, portanto, culturais. Utilizamos o conceito de *folkcomunicação*, criado na década de 1960, pelo Prof. Dr. Luiz Beltrão, para designar as manifestações de apropriação da cultura popular, utilizadas pelo forró eletrônico, a fim de gerar identificação do público para com o produto oferecido,

---

<sup>1</sup> Característica da região Nordeste, é a disputa entre vaqueiros, que montados em cavalos, perseguem o boi até conseguir que o animal esteja entre os cavalos, para que o derrubem, puxando-o pelo rabo. A competição ocorre durante o dia, e os shows, à noite.

<sup>2</sup> Site da emissora de rádio: <<http://www.96fm.com.br/index.php>>. Acesso em: 12 fev. 2011.

produto este que entendemos como o modelo comportamental feminino, que utiliza a linguagem, o cotidiano e as posições socioeconômicas e culturais do público, pois além de temas como alcoolismo e traição, o comportamento feminino é também alvo das canções, sendo por ela, representadas. Compreendemos que essa representação, que se dá socialmente, pode ser percebida pelo estudo dos discursos.

A Análise do Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 2005, p. 15).

Em nossa pesquisa tratamos da ideia de região e do Nordeste como um lugar de significações e de memórias, que foi sendo construído ao longo de décadas, construção que se deu também pelas expressões musicais, como, por exemplo, o forró de Luiz Gonzaga, que veiculado inicialmente no Sudeste do país, se dissemina pelo Brasil, se transformando e dando início a outro gênero: o eletrônico, essencialmente urbano e imbuído de novos dispositivos, que vão de instrumentos musicais a linguagem. O forró eletrônico surge nos anos 90 juntamente com a chegada da internet ao Brasil, das novas formas de organização da indústria cultural e das apropriações das expressões populares, gerando uma cultura midiática. A música, transformada em produto e pronta para o consumo, dissemina novas práticas sociais, que acabam por representar a sociedade em que está inserida, sendo responsável por produzir sentidos variados, a partir do público consumidor do gênero, em especial, o forró eletrônico, que além do uso da tecnologia e das novas formas de distribuir música, altera a linguagem, passando a utilizar termos e expressões pertencentes ao campo cultural do ouvinte/consumidor.

A sociedade funciona no bojo de um número infindável de discursos que se cruzam, se esbarram, se anulam, se complementam: dessa dinâmica nascem os novos discursos, os quais ajudam a alterar os significados dos outros e vão alterando seus próprios significados (BACCEGA, 2007, p. 21).

Esses discursos, permeados de gírias e provérbios populares, também acabam por construir uma figura feminina dentro do gênero eletrônico. O forró passa a cantar, a partir dos anos 90, uma figura feminina, relatando seu comportamento, suas relações afetivas, e

conferindo termos carregados de significados e que acabaram por representá-la socialmente dentro do universo do forró eletrônico.

A análise do discurso, utilizada como técnica investigativa, nos auxilia no entendimento da construção dos variados discursos que circulam socialmente e, a partir de uma leitura do movimento feminista, suas conquistas e consequências para a sociedade e, em especial, para as mulheres, abordamos as relações de gênero e as causas da sua construção social.

Diferente do conceito de sexo, que representa as condições físicas e biológicas, o gênero trata de representações, do masculino e do feminino, e em como elas se manifestam em determinados grupos sociais, através de processos culturais, inclusive. A música por representar períodos, comportamentos e valores da sociedade, também lida com as questões relacionadas ao gênero. Com a luta pela igualdade dos gêneros, vemos a mulher tomando posições, até então ocupadas somente por homens, como por exemplo, o papel de provedora da família. Consideramos que essa atual posição feminina deveria ser também considerada em sua mediação pela música, que, possuidora de conteúdo simbólico, é responsável por manifestar representações sociais. Dessa forma, justificamos esse trabalho como ponto de partida para esses questionamentos, e desejamos que, analisados no ambiente acadêmico, os objetivos aqui propostos possam se mostrar como pontapé inicial para outras discussões e olhares.

## CAPÍTULO 1

### 1.1 Região: simbologia e representação

Quando pensamos em região, somos remetidos à ideia de que seu território, comunidade e demais aspectos são iguais, tanto no que diz respeito ao espaço físico, quanto acerca das manifestações culturais. Pensamos numa identidade coletiva. É comum pensarmos numa região como homogênea, com área e características próprias que a destacam das demais. Pode ser parte de uma cidade, de um município, de um estado, de uma província ou do mundo. Não há um consenso sobre como identificar as regiões, traçar seus limites ou avaliar sua importância.

Pierre Bourdieu, em seu livro *O poder simbólico*, trata da identidade e da representação da região, colocando-a como uma construção discursiva, uma categoria de pensamento do mundo social.

[...] as regiões delimitadas em função dos diferentes critérios concebíveis (língua, *habitat*, tamanho da terra etc.) nunca coincidem perfeitamente. Mas não é tudo: a realidade, nesse caso, é social de parte a parte e as classificações mais naturais apoiam-se em características que nada tem de natural e que são, em grande parte, produto de uma imposição arbitrária, quer dizer, de um estado anterior da relação de forças no campo das lutas pela delimitação legítima (BOURDIEU, 1998, p. 115).

A partir da afirmação que o poder simbólico é um poder de construção da realidade, Bourdieu nos apresenta um panorama de como nasce a ideia de região. Observando que tanto o geógrafo como o economista buscam definir o que é região – este através da análise de consumo e gastos, aquele através da demarcação do espaço físico –, pensamos: como nascem as regiões? Quem ou qual órgão tem o poder de decisão?

São várias as forças que são postas em prática para que surja uma região, mas a premissa é que seja legitimada pelos demais grupos e pelos seus integrantes. A região nasce também da necessidade de se definir uma identidade regional.

[...] a procura dos critérios objectivos de identidade regional ou étnica não deve fazer esquecer que, na prática social, esses critérios (por exemplo, a língua, dialecto ou o sotaque) são o objecto de *representações mentais*, quer dizer, de actos de percepção e de apreciação, de conhecimento e de

reconhecimento em que os agentes investem os seus interesses e os seus pressupostos, e de *representações objectais*, em coisas (emblemas, bandeiras, insígnias etc.) ou em actos e estratégias interessadas de manipulação simbólica que tem em vista determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores (BOURDIEU, 1998, p. 112).

Essas representações mentais ocorrem para que se construam realidades, para que o simbólico se manifeste e, assim, se torne algo real, palpável, que virem “coisas” que possam ser identificadas, que despertem o senso de pertencimento. Essas representações, que categorizam a região, criam, dividem e desfazem os grupos (BOURDIEU, 1998).

Para que essas categorizações sejam validadas é necessário que sejam anunciadas por uma autoridade – autoridade esta reconhecida pelo discurso – legitimada pelos indivíduos que integram o grupo, no qual são perceptíveis as características que os unem.

Esse discurso performativo somente consegue trazer à existência a região se aquele que o realiza for capaz de, através de sua palavra, impor uma nova visão e uma nova divisão do mundo social, podendo para isso tomar partido do efeito simbólico exercido pelo discurso científico, apropriando-se dos critérios supostamente “objetivos” por ele construídos (ALMEIDA, 2007, p. 123).

Entendemos a região como uma delimitação territorial, mas que também se apresenta como um recorte econômico, cultural, nascido da necessidade de organização, tanto do espaço quanto político-econômica. No Brasil, as cinco regiões, embora distintas, foram organizadas a partir dessa lógica organizacional. Observemos a região Nordeste, que embora possua sub-regiões e enorme diversidade, que vão desde o clima até as manifestações culturais, é vista como uma área de homogeneidade.

## 1.2 Nordeste: ideia e percepção

Definida em 1969 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a região Nordeste é uma das cinco regiões do Brasil, possuindo o terceiro maior território, o maior número de estados – nove<sup>3</sup> – e o segundo maior colégio eleitoral<sup>4</sup>. Por possuir características

---

<sup>3</sup> Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí, Pernambuco (incluindo o Distrito Estadual de Fernando de Noronha e o Arquipélago de São Pedro e São Paulo), Rio Grande do Norte (incluindo a Reserva Biológica Marinha do Atol das Rocas) e Sergipe.

<sup>4</sup> Com 36.727.931 eleitores em 2010. Fonte: IBGE.

físicas diferentes, foi dividida em quatro sub-regiões; meio-norte, sertão, agreste e zona da mata. Podemos observar em relação aos aspectos naturais que o clima e cobertura vegetal se diferem em sua área. São encontrados os climas equatorial úmido, litorâneo úmido, tropical e tropical semiárido, enquanto que a vegetação predominante é a caatinga, com presença importante em alguns locais de mata dos cocais, mata atlântica e cerrado.

Na segunda metade do século XX, o Nordeste sofreu forte processo migratório, direcionado às regiões Norte e Sudeste do Brasil. A migração do nordestino foi gerada por diversos fatores – questões climáticas, fome, desemprego, concentração fundiária –, contudo, a situação é agravada pelos fortes períodos de secas. A falta de água dificulta a agricultura e a pecuária e diminui a oferta de empregos, ocasionando fome e doenças.

As regiões Norte e Sudeste se revelam como promissores redutos empregatícios, como a “Terra Prometida”. O nordestino deixa a sua região, com a esperança de conseguir seu sustento e enviar parte de sua renda para a família, quando esta não ia junto, nas caminhonetes conhecidas como “pau-de-arara”, que excediam seu limite de transporte de carga, amontoando os migrantes ao longo da viagem.

Chegando ao destino aguardado, a situação nem sempre se mostrava favorável, o Norte-Sudeste não era a terra de oportunidades que se imaginava. O migrante geralmente tinha que viver em piores condições, só diferindo num sentido: tinha água e chuva. Dormiam tal como vieram, amontoados, como no “pau-de-arara” que os trouxera.

O que restava à maioria dos migrantes? Sonhar com a sua terra, dormir pensando em voltar ao seu chão, onde nasceu e cresceu, casou e foi pai de um, dois, sete, onze filhos. Memórias recorrentes, e que se muito usadas, se desgastariam, se poriam rotas na alma do nordestino. Memórias expressas no linguajar, nos ditos populares, nos “causos” e anedotas contadas no quarto dos fundos da obra de construção civil, além das cantigas, que traziam à mente do “cantador” recortes da paisagem, do céu e do cheiro da comida no fogão a lenha.

Essas referências, ainda que não tenham sido presenciadas pela maioria dos brasileiros, nem mesmo por uma parcela dos nordestinos, fazem parte do imaginário nacional, seja pelo cinema, pela literatura em prosa e verso – quem não se lembra de Fabiano, Sinhá Vitória, o menino mais velho, o menino mais novo e a cachorra Baleia?<sup>5</sup> – de Graciliano Ramos –, e, claro, também através da música. Apesar de conter inúmeros ritmos musicais, como coco e xaxado, foi na voz de Luiz Gonzaga que o baião, e posteriormente, o forró, que

---

<sup>5</sup> Personagens do romance *Vidas Secas*, do escritor Graciliano Ramos, publicado em 1938.

cantavam o sertão e os elementos que o compõem, se tornaram conhecidos no país e reconhecidos como um dos símbolos da identidade nordestina.

Nesse sentido – com o auxílio de diversas mídias, da política e das artes, incluindo a música –, uma leitura conservadora e tradicionalista originou o Nordeste como o espaço da nostalgia, permeado por seca e chão batido de terra. Uma das classes responsáveis por esse discurso, permeado de miséria e atraso e que mais lucram com “indústria da seca”<sup>6</sup> é a política, que se mantém no poder, se beneficiando do fenômeno natural que assola a população, angariando recursos governamentais, praticando o voto de cabresto<sup>7</sup>, como promessas de combater as consequências da seca. Participam dessa indústria os grupos econômicos, compostos por grandes latifundiários – responsáveis pela prática do coronelismo<sup>8</sup> e com aversão a mudanças –, que se utilizam da verba governamental para construir açudes em suas próprias terras, não chegando ajuda à população.

Em *A invenção do Nordeste e outras artes*, expressão que dá nome ao livro do pesquisador Albuquerque Jr., são investigados os processos que deram origem ao que temos como referência de região Nordeste. Nele, temos a afirmação que

o Nordeste é uma produção imagético-discursiva formada a partir de uma sensibilidade cada vez mais específica, gestada historicamente, em relação a uma dada área do país. E é tal a consistência dessa formação discursiva e imagética que dificulta, até hoje, a produção de uma nova configuração de “verdades” sobre este espaço (ALBUQUERQUE JR., 2001, p. 49).

Diante desse panorama de migração, de seca, da cachorra Baleia, criou-se um Nordeste, onde estavam associadas às ideias de atraso, numa sociedade patriarcal e machista. A região heterogênea ficou conhecida no resto do país como um lugar de saudade, tradição e rusticidade, em especial o sertão nordestino.

---

<sup>6</sup> É um termo utilizado para designar a estratégia de alguns políticos que aproveitam a tragédia da seca para ganho próprio. O termo começou a ser usado na década de 60 por Antônio Callado que já denunciava no *Correio da Manhã* os problemas da região do semiárido brasileiro. Disponível em <<http://www.infoescola.com/geografia/industria-da-seca>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

<sup>7</sup> O voto de cabresto é um sistema tradicional de controle de poder político através do abuso de autoridade, compra de votos ou utilização da máquina pública. Era um mecanismo muito recorrente nos rincões mais pobres do Brasil. Disponível em: <<http://www.fernandodannemann.recantodasletras.com.br/visualizar.php?id=2033765>>. Acesso em: 15 jun. 2011.

<sup>8</sup> Sistema de poder político que nasceu na época da República Velha (1889-1930) e caracteriza-se pela concentração de poder nas mãos de um poderoso local, geralmente um grande proprietário de terras, latifundiário ou fazendeiros. Disponível em: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/500br/coronelismo.htm>>. Acesso em: 13 jun. 2011.

O sertão é aí muito mais um espaço substancial, emocional, do que um recorte territorial preciso; é uma imagem-força que procura conjugar elementos geográficos, linguísticos, culturais, modos de vida, bem como fatos históricos de interiorização (bandeiras, entradas, mineração, garimpagem, cangaço, latifúndio, messianismo, pequenas cidades, as secas, os êxodos etc.). O sertão surge como a colagem dessas imagens, sempre vistas como exóticas, distantes da civilização litorânea. É uma ideia que remete ao interior, à alma, à essência do país, onde estariam escondidas suas raízes (ALBUQUERQUE JR., 2001, p. 54).

A construção da ideia do sertão nordestino foi apresentada nos parágrafos anteriores, quando descrevemos a trajetória do migrante, com o saudosismo, que nunca sentimos, mas que está imbuído nos discursos veiculados sobre a região, sobre o povo e o sertão, visto como “um repositório de uma cultura folclórica, mística, tradicional” em contrapartida com o litoral visto como “o espaço da civilização” (ALBUQUERQUE JR., 2001).

O Nordeste, tanto o sertão como o litoral, caracteriza-se por ser reduto das mais diversas manifestações culturais. Na busca por uma identidade, a música está presente, representando grupos, culturas e marcando épocas. As experiências vividas nos bailes e nas festas de forró, também chamados simplesmente de forró, remetem às raízes do indivíduo, gerando uma identidade, senso de pertencimento, com o poder simbólico, capaz de construir realidades. É disso que pretendemos tratar em nossa pesquisa, as relações do indivíduo com a música, com as diferenças de representações de gênero e os discursos possíveis nessas composições.

### 1.3 *Tá estourado*<sup>9</sup>: histórico e categorias do forró

A origem da palavra forró é motivo de controvérsias, alguns autores, como Cascudo (1988), afirmam que o termo *forró* vem da palavra *forrobodó*, que significa baile ou festa onde se dança. Outra versão declara que a palavra surgiu da expressão em inglês *for all*, devido à presença estrangeira no Nordeste, no início do século XX. Naquela época, os

---

<sup>9</sup> Título de uma música da banda *Calcinha Preta*, que é iniciada com a seguinte frase: *Tá todo mundo ligado no estouro que chegou/Quem não tiver estourado, no forró não tem valor*. Um dos trechos do refrão diz: *Mas se falar de cabaré/Tá Estourado/Mas se falar que é cachaceiro/Tá Estourado/Se falar que tem dinheiro/Tá Estourado/Se tá na boca do Povão/Tá Estourado*. Disponível em: <<http://letras.terra.com.br/calcinha-preta/1510396>>. Acesso em: 14 jul. 2011.

trabalhadores ingleses organizavam bailes abertos para a população, ou seja, para todos – *for all* –, daí o surgimento do termo *forró*.

Chianca (2006) afirma que

[...] independentemente dessa querela, é importante assinalar que esse termo designa, a partir dos anos 1970, tanto o gênero musical quanto a dança que o acompanha, assim o baile onde ele será tocado/dançado: dança-se forró num forró, enquanto se escuta um forró. Também vale lembrar que o forró não é uma dança/música exclusiva do São João, pois é executado o ano todo, chegando a ser identificado nacionalmente como um dos símbolos da “cultura nordestina” (CHIANCA, 2006, p. 87).

Nos anos 50, o forró, executado nos bailes da região Norte-Nordeste, era direcionado aos migrantes nordestinos, que frequentavam as festas com o intuito de manter contato com os símbolos de sua cultura, com a memória de sua terra natal. Com essa estratégia comercial, as casas que tocavam forró mantinham seus clientes e a partir desses sucessos, veiculados nas emissoras de rádio, foi se construindo essa indústria de música regional nordestina, com representantes como Marinês, Luiz Gonzaga e Jackson do Pandeiro, que permaneceram no mercado fonográfico com boa vendagem de LPs e tendo suas composições interpretadas por artistas de outros gêneros, fato que contribuiu para a difusão da música regional para demais grupos da população.

Nos anos 90, com a utilização da sanfona e temas relacionados ao Nordeste, diversas representações do forró surgiram, mas por serem de estilos variados, ganharam denominações diferentes. São elas: forró confirmado, elétrico, pé de serra e universitário. O forró confirmado caracteriza-se por produzir movimentos mais lentos, aproximados da MPB, inclusive, os músicos tocam outros gêneros musicais. O forró pé de serra é aquele que mais se aproxima do estilo executado por Luiz Gonzaga, pois suas apresentações são acompanhadas de trio forrozeiro, que usam os instrumentos de base do estilo, que são a sanfona, o triângulo e a zabumba. Surgido na mesma época do forró pé de serra, o forró universitário é geralmente tocado por jovens e produzido para um público urbano, aproxima-se de outro estilo musical, o *reggae*, enquanto que o forró eletrônico – o termo elétrico é menos utilizado – se apropria de instrumentos musicais como guitarra e contrabaixo (CHIANCA, 2006).

O forró divide-se em três categorias principais: tradicional, universitário e eletrônico. Silva (2003) nos dá os conceitos:

Forró tradicional – Surgido em meados da década de 1940. Caracteriza-se pela criação artística do universo do homem sertanejo. Apesar de compartilharem de um universo cultural comum, seus principais artistas se diferenciam social e historicamente. Atualmente não tem tido muito destaque na mídia por não serem reconhecidos como produtores de grandes sucessos, isto é, com forte retorno comercial.

Forró Universitário – Surgiu a partir de 1975 (1ª fase), mas consolidou-se na década de 1990 (2ª fase). É fruto da junção do forró tradicional com a musicalidade do pop e do rock. A fusão da linguagem regional do forró com a linguagem da música popular urbana, mixando tanto os atributos e valores do rock quanto do forró tradicional, gerou um novo estilo de forró que ganhou adeptos e apreciadores de várias classes sociais. Nesta segunda categoria, incluem-se os primeiros artistas a introduzirem instrumentos eletrônicos no forró.

Forró eletrônico – A partir do início da década de 1990. Sua característica principal é a linguagem estilizada, eletrizante e visual, com muito brilho e iluminação, empregando equipamentos de ponta, com maior destaque para o órgão eletrônico, que aparentemente “substitui” a sanfona. Inspira-se na música sertaneja romântica (*country music*), no romantismo dito brega e na axé music. A banda é composta em média por dezesseis integrantes, todos jovens, incluindo músicos e bailarinas (SILVA, 2003, p. 17).

É importante destacar que o forró possui ainda outras inúmeras classificações. Delimitamos nossa análise no forró eletrônico, por acreditarmos que ele é o que mais se utiliza dos dispositivos midiáticos para sua difusão e que retrata a figura feminina de diversas formas, lidando com temas, até então não mencionados tão abertamente pelas demais categorias, como a sexualidade e comportamento.

Quando pensamos em forró tradicional, temos Luiz Gonzaga como ícone, responsável pela difusão do gênero. O pernambucano, nascido em Exu, iniciou sua carreira musical tocando em bares e calçadas na zona portuária do Rio de Janeiro. Após um período, percebeu que havia um espaço na indústria fonográfica brasileira para a música regional e passou a usar a indumentária do homem sertanejo, cantando e tocando em festas e rádios pelo Brasil. O ritmo, originado do trio zabumba, sanfona e triângulo, chegava aos nordestinos migrantes como uma lembrança da terra natal. Esses elementos identitários, como a vestimenta, linguajar e ritmo explicam o sucesso do forró no Sudeste do país, primeiramente entre os migrantes, pois a classe média não aceitava a música de Gonzaga e criticava o sotaque. Esse é o motivo que justifica suas canções serem interpretadas, inicialmente, por outros músicos. Após um período, após turnê pelo Nordeste, Gonzaga passou a ser reconhecido nacionalmente. Em parceria com Humberto Teixeira, lançou ritmos como o xamego e baião e, posteriormente, o forró. Tornou-se assim o “Rei do Baião” (SILVA, 2003).

Fenômeno, que difere em diversos pontos do forró dito tradicional, o forró eletrônico está imbuído de dispositivos midiáticos como *performance*, erotismo e alta tecnologia. Por isso, recebe diversas críticas: ser comercial, não ter a essência do forró, não ser o verdadeiro forró ou de terem em suas composições falas machistas e vazias de romantismo. Diferente de da música executada por Luiz Gonzaga, por exemplo, que cantava o amor e o sertão, temáticas essencialmente nordestinas, o forró eletrônico tem sua linguagem própria, que inclui além de modismos, como gírias, a figura masculina como dominante sexual.

Essas alegações vêm dos próprios forrozeiros, que atuam em outro gênero do forró, como por exemplo, o cantor e compositor Dominginhos, que afirma:

O forró eletrônico não existe. Essas bandas de forró eletrônico não tem nada a ver com o forró tradicional. Nem o ritmo eles conseguem fazer. Não é forró o que eles fazem. É muito diferente do forró, não tem absolutamente nada que se identifique. [...] Quem faz forró não tem como fugir dos instrumentos como zabumba, triângulo e eles não usam nada disso. É uma nova modalidade que eles inventaram e que infelizmente ainda não descobriram o verdadeiro nome para isso. [...] Não dá pra dizer que é forró. Eles deveriam tentar se intitular de outra forma porque aquilo não tem nada a ver. Não tem identidade. É uma grande mentira<sup>10</sup>.

O forró eletrônico recebe diversas acusações, entretanto, apresenta-se como um dos mais vendáveis. O maior lucro das bandas, não é através da venda dos CDs, mesmo porque com a pirataria fica difícil fazer essa contabilidade. O sucesso e o conseqüente lucro são obtidos através da realização dos shows, das turnês pelo Nordeste, ou dependendo do alcance da banda, pelo país. As apresentações são, como dissemos, um espetáculo à parte, as pessoas se identificam com um bordão, inventado por um intérprete, para assistir as dançarinas e cantar *o sucesso do momento* da banda. Quando falamos *sucesso do momento*, nos referimos à rapidez com que as composições novas são trabalhadas e logo substituídas, diferente do que ocorre com outros segmentos da música, como a MPB, no qual o artista tem uma *música de trabalho*, que é aquela que geralmente dá nome ao CD, que é usada nas rádios e em apresentações na TV. Com o forró eletrônico é diferente, pois eles fazem diversos shows, às vezes mais de uma vez, no mesmo mês e lugar, para isso é necessário que as músicas sejam compostas e vistas como produto, que logo consumido, deve ter outra novidade a ser apresentada ao público, senão a banda se torna defasada em relação às demais,

---

<sup>10</sup> Matéria do blog *Música do Brasil*, sob o título *Forró Eletrônico não é forró*. Disponível em: <<http://musicadobrasil.blogs.sapo.pt/2009/10/01>>. Acesso em: 5 maio 2010.

já que a concorrência é enorme. As apresentações ocorrem em vaquejadas, comemoração de aniversário da cidade, festas de padroeira e em micaretas, que são os carnavais fora de época. Para essas apresentações, com o intuito de manter seu público, as bandas executam as suas músicas mais rapidamente, dando a elas o ritmo de *axé music*, mudando até o nome das bandas nessas apresentações. Em uma alusão ao trio elétrico, usado nas micaretas, as bandas tornam-se *Aviões Elétrico (Aviões do Forró)*, *Ferro Elétrico (Ferro na Boneca)* e *Cavaleiro Elétrico (Cavaleiros do Forró)*. Abaixo, temos um exemplo da mudança de nome de divulgação da banda *Aviões do Forró*, para remeter ao estilo tocado nas micaretas.

**Figura 1:** Anúncio de show da banda *Aviões do Forró*.



Fonte: <<http://www.portalnabalada.com/blognabalada/admin/imagem/avioes11102007.jpg>>. Acesso em: 13 jun. 2010.

De acordo com Quadros Júnior e Volp (2005, p. 128), no forró eletrônico,

A dança também é mais estilizada, não sendo mais “miudinha” (passos pequenos) como no FPS [forró pé de serra] e no FU [forró universitário]. Aqui estão incluídos Frank Aguiar, Genival Lacerda e as bandas *Mastruz com Leite* e *Calypso*.

O forró eletrônico, além da musicalidade, é ainda um espetáculo visual, gerador de experiências nos seus adeptos. Segundo Chianca (2006, p. 139),

Do ponto de vista cenográfico, o forró elétrico é espetacular, pois é executado em grandes espaços para um público de milhares de pessoas, envolvendo muita iluminação e presença de dançarinos executando cenografias de forró no palco – inspiradas em danças como a salsa e a lambada.

As bandas de forró eletrônico usam diversos efeitos especiais como a iluminação e utilizam recursos como fumaça de gelo seco e telões, onde são apresentadas imagens que servem de apoio à música. Os espetáculos organizados por essas bandas englobam todos os setores, que vão desde a interpretação teatral das músicas ao figurino dos bailarinos. Alfonsi (2007, p. 110) observa esse estilo próprio nos shows:

Casais de bailarinos com dezenas de figurinos diferentes, coreografias que misturam passos de jaze, balé clássico e danças de salão. Roupas com decotes, saias e *shorts* curtíssimos, que deixam à mostra nádegas femininas, véus, adereços como chapéus, boás, bonés, capas, chicotes, tudo de acordo com o que a música exige. Se a música é mais romântica, com tema de amor, paixão, vale abusar de brilhos e lantejoulas. Porém, se o tema é traição ou rejeição amorosa, normalmente com uma carga a mais de dramaticidade, as vocalistas mulheres usam espartilhos de renda, cintas-ligas, meias de seda, aludindo a um clima da intimidade de um casal em conflito.

A banda *Mastruz com Leite*, pioneira no gênero, utiliza-se de todo o aparato tecnológico e visual em suas apresentações. Na foto a seguir (Fig. 2), observamos a iluminação, os músicos ao fundo, com os mais diversos instrumentos musicais, inclusive uma bateria, algo impensável de ser utilizado no forró tradicional. Curta e colada ao corpo, a roupa da vocalista denota um apelo à sensualidade e o corpo, espetacularizado e midiaticizado, funciona como um auxílio nas apresentações (SILVA; NEVES, 2007). Esse padrão de vestuário é observado em todas as dançarinas e/ou bailarinos de bandas de forró eletrônico, como vemos na segunda foto (Fig. 3):

**Figura 2:** Vocalista de banda de forró eletrônico.



Fonte: <<http://musicadobrasil.blogs.sapo.pt/2009/10/01>>. Acesso em: 5 maio 2010.

**Figura 3:** Dançarinas da banda *Aviões do Forró*.



Fonte: <<http://www.camacarinoticias.com.br/leitura.php?id=33293>>. Acesso em: 5 maio 2010.

A apresentação dos bailarinos e cantores é de grande importância numa banda de forró eletrônico, pois serve para transmitir os sentimentos descritos nas canções, presentes principalmente no forró eletrônico romântico. As temáticas são as mais diversas, como a traição, o homem que tem várias mulheres, a mulher que ingere grande quantidade de álcool, desilusões amorosas, abandono do parceiro e demais conflitos relacionados ao amor. Essas músicas, com conteúdo romântico, quando executadas, são acompanhadas por falas, suspiros, gritos e movimentos com teor sexual, a melodia e o timbre registram o discurso, que geralmente é acompanhado de um teor erótico (TROTТА, 2009).

No forró eletrônico, há uma grande quantidade de vocalistas, entre homens e mulheres, que se caracterizam, além da troca constante de figurinos, por interagir com o público. É comum durante esses shows, os cantores mandarem mensagens para determinadas pessoas, chamá-las pelo nome, fazer algum tipo de piada com quem está na plateia. Outra prática comum durante o show é a leitura dos patrocinadores e a veiculação de *merchandising*, durante o refrão das músicas, ou passagem de uma música para a outra. É observada grande quantidade de anunciantes presentes nesses shows, como emissoras de rádio, gravadoras de CDs e marcas de bebidas alcoólicas.

Os frequentadores do forró eletrônico são de estilos e faixa etária variados. Podemos observar a presença de adolescentes e homens na terceira idade, com os mais variados figurinos. No forró eletrônico não existe um estilo único de vestimenta (ALFONSI, 2007).

O forró eletrônico, além do uso de novos instrumentos musicais, da execução de outros estilos de dança e uso de vestuário diferenciado dos componentes da banda, trouxe mudanças também no que diz respeito à composição das letras de suas músicas.

Há diversas críticas dos adeptos do forró tradicional em relação ao eletrônico, entretanto, ambos estão imbuídos de estratégias mercadológicas: tanto a vestimenta de Luiz Gonzaga como as dançarinas do forró eletrônico foram colocadas para gerar experiências com a música, formar identidades, remeter à cultura, e claro, manter o seu público.

Em relação às estratégias de Luiz Gonzaga, Lima (2010, p. 142) afirma:

Essa postura de Luiz Gonzaga como senhor do mercado cultural permitiu uma maior aproximação da indústria cultural e da mídia do eixo Rio-São Paulo com a cultura popular nordestina. Houve o “despertar” por parte da indústria. Com isso, a música regional vai permitir a inclusão de novos artistas.

Em relação à compreensão da ação desses efeitos, Silverstone (2005) declara que é preciso “explorar o oculto e o inexprimível no desejo como uma maneira de conectar as pessoas, suas paixões e preferências midiáticas”.

Para Felipe Trotta (2010), o conteúdo do forró eletrônico baseia-se num trinômio: festa-amor-sexo, e que essa estrutura é que atrai tantos jovens para a experiência social da música. Como foi dito antes, o espetáculo ao vivo é a parte principal desse gênero. Assim, o ambiente onde é realizado o show é de suma importância, como a pouca iluminação e grandes anunciantes de bebida alcoólica.

Sobre o trinômio, Trotta (2010, p. 54-55) afirma ser a festa o elemento principal:

A festa é um momento memorável da vida, um acontecimento atípico em nosso cotidiano, onde, apesar das regras e de sua estrutura relativamente previsível e fechada, há espaço para o imprevisto, para o encontro fortuito, para o compartilhamento de laços afetivos provisórios, para a vivência coletiva de situações não corriqueiras. A festa se caracteriza também por uma certa intensidade. Não pode ser festa se não é possível mergulhar profundamente no conjunto de elementos à disposição dos participantes. Música alta e iluminação parcial (que mostra e esconde rostos, silhuetas, contornos) colocam o ambiente da festa como propício para um intenso convite à dança, ao canto coletivo, à formação de grupos e de casais.

O forró eletrônico reúne diversos elementos, que aliados à tecnologia e à linguagem popular acabam por gerar identificação com público. Entendemos que as composições não irão produzir o mesmo sentido em todos os sujeitos, as interpretações irão variar de acordo com o cotidiano vivido, as memórias e a identidade construída socialmente, isto é, culturalmente. Não pretendemos entrar na questão *frankfurtiana* – música boa e ruim –, entendemos que essas questões estão ligadas também às classes sociais, como, por exemplo, o indivíduo de classe média alta que não compra roupas em lojas populares porque seu poder aquisitivo difere do poder aquisitivo dos consumidores dessas lojas, e ele, usando as mesmas roupas, está dizendo: “somos iguais”. Com o samba e as gafieiras, ocorria o mesmo, a classe média brasileira preferia bossa nova, “música de intelectuais”.

Um fenômeno interessante ocorreu com o lançamento do filme *Lisbela e o prisioneiro*<sup>11</sup>, onde a música, tema dos protagonistas, era cantada por Caetano Veloso. A canção era *Você não me ensinou a te esquecer*, de Fernando Mendes, conhecido cantor do gênero dito brega, entretanto, na voz de Caetano Veloso, ela passa a ser considerada *cult*, e por isso aceita nas demais camadas sociais.

<sup>11</sup> Lançado em 2003, com direção de Guel Arraes. Site oficial: <<http://globofilmes.globo.com/GloboFilmes/Site/0,,GFF25-5402,00-LISBELA+E+O+PRISIONEIRO.html>>.

Pesquisando sobre o forró eletrônico, observamos muitas críticas em relação à valorização da traição conjugal, apologia ao alcoolismo e desvalorização da mulher e acreditamos que, por isso, pode ser percebida, recentemente, uma nova “onda” pelo chamado “Forró das Antiga”<sup>12</sup>, que são shows das bandas pioneiras no gênero, como *Mastruz com Leite*, *Cavalo de Pau* e *Brasas do Forró*, entretanto, não é observada uma grande participação do público, assim como é vista nas bandas de forró eletrônico atuais. O programador da rádio 96 FM, Eptácio Faustino<sup>13</sup>, com 27 anos de profissão, acredita que é uma forma de inovar as festas, mas que não ocorrerá o retorno das bandas que tocavam o “amor romântico”, pois é preciso trazer, no mesmo show, três ou quatro bandas para que tenha público suficiente para uma venda de ingresso considerada satisfatória pelos organizadores, enquanto que no forró eletrônico, apenas uma banda é capaz de arrebanhar uma multidão de fãs.

Bandas como *Aviões do Forró* e *Garota Safada* costumam ser atrações únicas de shows, impulsionadas pela distribuição gratuita de CDs – prática comum no forró eletrônico – e pela veiculação diária e massiva nas emissoras de rádio FMs. O rádio se mostra um dos principais veículos de disseminação musical e gerador de experiências nos ouvintes.

---

<sup>12</sup> Encontramos o termo grafado desta maneira, com a palavra “antiga” no singular. Fizemos várias buscas na internet e em anúncios de shows.

<sup>13</sup> Entrevista concedida à pesquisadora em 28 de março de 2011.

## CAPÍTULO 2

### 2.1 Rádio: ondas de sensações

Com o surgimento do rádio, decretaram a morte do jornal. Nasceu a TV, e as previsões para o rádio foram as piores possíveis. A internet chega trazendo o atestado de óbito da TV, assim como os e-books anunciam o fim do livro impresso e o *facebook* anula o *orkut*.

Ao analisarmos essas previsões, percebemos que nada foi desfeito. Todos os meios de comunicação têm seu lugar, junto a um público e uma audiência.

O que vemos são mudanças nas formas de consumo. Dizer que o mundo está conectado é um absurdo. O acesso à rede mundial de computadores não abrange nem toda a população brasileira<sup>14</sup>. Imaginar essa quebra de fronteiras está literalmente no campo da imaginação. A TV é um dos meios de mais fácil acesso, presentes em milhares de domicílios brasileiros, que muitas vezes possuem vários aparelhos. Há outros que não possuem água encanada e saneamento básico, mas têm uma antena parabólica para assistir à novela e ao jogo de futebol<sup>15</sup>.

Ver televisão, não apenas ouvir. A TV também requer tempo, que sentemos diante dela, que paremos as atividades, pois áudio e vídeo juntos são necessários para que haja um entendimento no telespectador. Segundo pesquisa do Ibope, em 2011 o brasileiro dedicou em torno de 5 horas a programas televisivos, que incluem desde noticiário a novelas.

Não podemos dirigir e ler jornal, exercer atividades domésticas no MSN nem somente ouvir a TV, exceto quando, a solidão permite a TV ligada só para termos a sensação de gente em casa, conosco. Qual meio de comunicação nos dá essa mobilidade e interação a ponto dos adeptos efetuarem ligações telefônicas e influenciarem na programação? O rádio.

Como o define Moreira (2000 p. 11), “companheiro por excelência, o rádio está presente nas mais diversas situações cotidianas: é meio de entretenimento, lazer, veículo para informação, denúncias e avisos...”.

---

<sup>14</sup> Os internautas brasileiros somam 79,9 milhões, acessando principalmente de *lan house*, seguidos de casa ou casa de amigos/familiares, sendo que entre a população de renda mais baixa, menos de 1% têm acesso. Os índices de acesso são: Sul (25,6%); Sudeste (26,6%), Norte (12%) e Nordeste (11,9%). Disponível em: <[http://www.tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://www.tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)>. Acesso em: 16 abr. 2012.

<sup>15</sup> De acordo com o último censo publicado, a população brasileira possui 190.732.694 pessoas em 67,6 milhões de domicílios. Desse total, 97,8% dos domicílios possuem energia elétrica, 92% da zona urbana tem água encanada. A rede de esgoto abrange 55,5% dos domicílios, sendo 11,6% através de fossa séptica e 30,3% outro sistema de saneamento. Os domicílios sem banheiro somam 2,6%, enquanto 97% possuem aparelhos de TV. Fonte: IBGE: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/>>. Acesso em: 16 abr. 2012.

O rádio são olhos livres, mãos disponíveis e ouvidos e alma presos. Presos ao locutor, ao artista predileto e, sobretudo, à imaginação.

## 2.2 Rádio no Brasil: nascimento, ascensão e declínio

A primeira emissora de rádio no Brasil foi ao ar em 1923, apoiada no discurso que seria uma ferramenta usada na/para educação. Nesse ano os sócios Roquette Pinto e Henry Morize fundaram a *Rádio Sociedade* do Rio de Janeiro. O rádio nasceu burguês. A programação, voltada para a alta sociedade brasileira, ia de óperas a palestras culturais.<sup>16</sup>

[...] como toda novidade tecnológica, o rádio no seu início era acessível apenas às pessoas com alto poder aquisitivo. A elite da época, que possuía meios para adquirir um aparelho, gostava de ópera, possuía em casa discos de ópera. Esses discos eram cedidos temporariamente às rádios para que cada uma pudesse programar as suas atrações (MOREIRA, 2000, p. 22).

A novidade tecnológica favorecia uma minoria da população, que poderia arcar com o custo de comprar um aparelho de rádio. Após uma década de programação, exclusivamente de poesias e recitais, os anúncios publicitários foram inseridos nos intervalos da programação e, após isso, durante a veiculação dos programas, visto que precisavam de investimentos para se manter no ar. O rádio começa então a adotar uma nova “cara”, e com o passar dos anos, mais precisamente em 1936, é inaugurada a *Rádio Nacional*.

Nas décadas seguintes, o rádio se popularizou ainda mais, sobretudo por causa das radionovelas. A década de 40 ficou conhecida como a *Era de Ouro* do rádio no Brasil, como bem a define Moreira (2000 p. 31):

Atrações de sucesso no rádio, consumo garantido dos produtos. Com base nessa premissa, os anunciantes estrangeiros mudaram o curso da programação do rádio comercial brasileiro: os programas eram criados a partir da relação cada vez mais sólida entre emissora e anunciante. Os artistas começam a ser contratados, o cachê pago a cada apresentação torna-se um recurso ultrapassado e o rádio no País passa a viver a sua fase de Ouro: rico e influenciador dos hábitos e costumes de milhões de fascinados ouvintes.

---

<sup>16</sup> Roquette Pinto, um dos fundadores, era antropólogo, etnólogo e escritor e tinha como objetivo veicular programas educacionais para todo o País, “por essa razão, a primeira missão do rádio no Brasil foi, basicamente, educativa” (MOREIRA, 2000, p. 21).

Nos anos 50, com a chegada da televisão, o rádio entra em declínio: os ouvintes passam a telespectadores e os anunciantes comerciais veem na televisão uma oportunidade maior de venda dos seus produtos, já que ela alia imagem e som. Esse processo não foi imediato, ocorreu de forma vagarosa, pois poucos possuíam aparelhos de TV.

O rádio perdeu sua majestade, conquistada na Era de Ouro. Entrou em declínio – perdeu anunciantes, artistas e audiência –, contudo, soube manter-se, sendo consumido tanto nos lares quanto fora deles, através do aparelho radiofônico, através de aparelho celular, mp3, no aparelho de som do carro e, até mesmo, no transporte coletivo – em alguns ônibus<sup>17</sup> é possível ouvir rádio, sintonizados em emissoras de acordo com a preferência do motorista, mas que, se não forem do gosto do passageiro, este facilmente coloca seus fones de ouvido e seleciona a frequência desejada, provando ser, como definiu Moreira (2000, p. 11), “um companheiro por excelência”.

O rádio permanece, e com ele, suas sensações que permeiam o imaginário, “apesar do advento das novas tecnologias, o rádio continua bastante ativo, mesmo sua morte já tendo sido decretada no passado, quando do surgimento da TV, por exemplo” (MOREL, 2010, p. 17).

No início dos anos 90, o relatório *Mídia Brasil* (89/90), produzido pela agência publicitária McCann–Erikson, afirmava existir no Brasil 1.440 emissoras AM e 925 emissoras FM. O principal mercado publicitário no rádio encontrava-se em São Paulo.

A análise afirmava que a maioria das emissoras se encontrava no interior dos Estados. Nos anos 90, somente dois estados da região Nordeste apareciam com um número relevante de aparelhos de rádio em domicílios: Pernambuco e Ceará. São Paulo e Rio de Janeiro lideravam a lista, seguidos de Minas Gerais. De acordo com o relatório, a audiência nacional da rádio AM era composta por 51% de mulheres da classe D e nas emissoras de FM os ouvintes eram 79% de homens, pertencentes à classe A, sendo que desse total 86% tinham entre 15 e 16 anos de idade.

Dez anos se passaram (1999) da publicação do relatório, a Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel – publica novos dados relativos às emissoras, indicando que 3.083 emissoras de rádio (sendo 1.578 AM e 1.363 FM) estão operando no Brasil.

No fim dos anos 90, aproximadamente 39 milhões de domicílios brasileiros possuíam um aparelho de rádio, a saber, no Sudeste 94,4% que corresponde a mais de 18 milhões. Na

---

<sup>17</sup> Referimos-nos ao transporte municipal de Natal/RN.

região Nordeste, o número de aparelhos estava em torno de 9 milhões, significando 84,2% dos domicílios (MOREIRA, 2000).

Algumas leis regem a emissão radiofônica, válidas também para a televisão. Sabemos que as emissoras de rádio e TV – incluídas, hoje, as TVs a cabo – conforme determina a Constituição Federal de 1988<sup>18</sup>, devem dedicar uma porcentagem para o jornalismo, programas que valorizem a cultura local e atenda à sociedade com algum serviço público, entretanto, o que observamos é que a sua programação é essencialmente, musical.

Nas emissoras em frequência AM, percebemos maior número de transmissões esportivas, política e prestação de serviços. Hoje em dia, há programas de cunho religioso. Nas emissoras FM, observamos uma programação de maior veiculação de músicas, voltada para o público jovem. Com melhor qualidade de som, também têm como característica a descontração dos locutores entre si e com o público ouvinte. É comum ouvir diálogo em tons de brincadeira entre eles, inclusive na passagem de um programa para outro, fato que não ocorre nas AMs, reconhecida inclusive pela entonação da voz dos locutores.

A partir dessa grande oferta de música, do surgimento de mercados consumidores de diversos gêneros, se estabeleceu a indústria fonográfica, detentora da produção e circulação musical, que inclui gravações, agenda de shows e participação de seus artistas no rádio, na TV, publicação em revistas e demais práticas ligadas ao consumo musical.

### **2.3 Indústria fonográfica: música para consumo**

A partir dos anos 70, é percebido o aumento no consumo de eletroeletrônicos. A “década de 70 começa com 60% das famílias brasileiras fazendo parte do mercado de bens de consumo “modernos”, ou seja, possuindo pelo menos um eletrodoméstico como rádio, vitrola e TV”, afirma Silva (2001, p. 6).

A música, veiculada nos rádios e TVs, tem demonstrado um papel de grande importância, como um dos elementos responsáveis pela expressão cultural e pela formação de uma identidade. Diante dessa importância, nasce a indústria fonográfica, “conjunto de atividades empresariais dedicadas à gravação de obras musicais em diferentes suportes,

---

<sup>18</sup> Os serviços de radiodifusão, como definidos na Constituição, têm por fundamento filosófico a finalidade educativa e cultural, a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente que objetive sua divulgação, a regionalização da produção cultural, artística e jornalística e o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família, sendo permitida a exploração comercial desses serviços, na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade (Artigo 221, 1988). Ministério das Comunicações. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/radiodifusao>>. Acesso em: 5 jan. 2012.

analógicos ou digitais, visando à comercialização de cópias” (Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, 2010, p. 686), através de diversos formatos, como LP<sup>19</sup> e fita cassete<sup>20</sup> – formatos abandonados – CD<sup>21</sup>, DVD<sup>22</sup>, ou em formatos de som digital como o MP3<sup>23</sup>. A indústria fonográfica tem como função, além de produção e distribuição dos discos (CD, por exemplo), a contratação e o pagamento dos compositores e intérpretes das canções.

Desde o seu aparecimento, o setor fonográfico é quem estabelecia a mediação entre o artista e o público. As produções musicais eram pautadas pelo que as gravadoras julgavam que seria facilmente comercializado, ou seja, sucesso, assim como demais produtos. Nascia a música feita para o consumo.

A consolidação da música popular como forma principal de comercialização de discos colaborou para a sedimentação da música enquanto um em de consumo, ou seja, um produto. Trata-se de uma forma artística produzida e divulgada por determinados agentes e consumida sob certas condições através de um sistema de trocas compensatórias em favor desses produtores. Um produto, portanto, criado para ser consumido (TROTТА, 2005, p. 184).

A sociedade tinha acesso, musicalmente, ao que era escolhido por um produtor, junto às gravadoras. Essa prática monopolizadora foi afetada a partir dos anos 90, com o fenômeno das inovações tecnológicas no campo da comunicação, como o nascimento da internet, alterando as formas de produção, difusão de informações, relações emissor-receptor, inclusive na cena musical.

Dessa forma, pode-se dizer que tal fenômeno trouxe benefícios tanto para o ouvinte, que passou a ter acesso à produção cultural global, quanto para o artista, que enxergou nessas ferramentas uma eficiente forma de divulgar seu trabalho e atingir seu público sem a necessidade de agentes intermediários (MOREL, 2010, p. 13).

Até a década de 80, a indústria fonográfica operava através das tecnologias analógicas, ou seja, com o disco de vinil. Nos anos 90, com a chegada das tecnologias, o disco de vinil é substituído pelo CD, menor que o vinil, portanto tornou-se mais fácil o armazenamento e o transporte e com melhor qualidade do som.

---

<sup>19</sup> *Long-Play*: disco de vinil.

<sup>20</sup> Ou *compact cassette (K7)*: padrão de fita para gravação de áudio.

<sup>21</sup> *Compact Disc*: maior espaço para gravação e áudio de melhor qualidade.

<sup>22</sup> *Digital Video Disc*: dispositivo audiovisual, tendo uma maior capacidade de armazenamento que o CD.

<sup>23</sup> *MPEG Audio Layer-3*: formato de arquivos de áudio sem perda de qualidade.

Essas inovações iniciaram uma crise na indústria fonográfica, pois ela não detinha mais o controle sobre o consumo musical, sua produção e difusão, “tal fenômeno modificou sua configuração, ocasionando a queda da hegemonia de agentes estabelecidos e o surgimento de novos desafios e responsabilidades” (MOREL, 2010, p. 8).

Munidas de aparato tecnológico, surgiram gravadoras independentes, em seus estúdios caseiros, pirataria através da internet<sup>24</sup>, *download* de arquivos sonoros, inclusive via celular, despertando a polêmica sobre direitos autorais e os processos judiciais que eles originam, “[...] o processo de inovação tecnológica gerou profundas alterações na forma de se produzir, divulgar e consumir música” (MOREL, 2010, p. 10).

Todos esses fatores colaboraram para uma perda da exclusividade da indústria com seu público consumidor, incitando a necessidade de novos formatos, estratégias e práticas. Entendemos a “crise” da indústria fonográfica como o estopim para um novo posicionamento dessa indústria para com seu público. Trata-se de uma reestruturação dos padrões de apresentação, difusão e consumo de música nos dias atuais.

Novas posturas foram adotadas pela indústria fonográfica, a fim de lidar com a democratização dos meios de comunicação e sua crescente perda de território comercial, entre elas, a valorização dos espetáculos ao vivo, já que pirataria impossibilita o domínio da venda de discos.

#### **2.4 Da sanfona ao gelo seco: o forró eletrônico**

Em nosso contexto, podemos entender a *indústria cultural*, não apenas como influenciadora do consumo, mas também como sendo a relação, mediada pelas novas tecnologias, do produto com o consumidor, numa sociedade, tipicamente, de massa.

Nascido nos anos 90, a partir das mudanças no que dizem respeito à tecnologia e a queda de tabus, o forró eletrônico e os dispositivos midiáticos por ele utilizados, não podem ser desvinculados da indústria cultural e da indústria fonográfica, que integram a cultura do entretenimento no meio musical.

Sob a aura de música regional, o forró eletrônico nasce com linguagem de teor erótico, valorizando dos espetáculos ao vivo e utilizando alta tecnologia em suas apresentações.

---

<sup>24</sup> A pirataria sempre existiu. Após o lançamento dos LPs, era comum encontrar fitas cassetes com o conteúdo do disco original sendo comercializadas por vendedores ambulantes, a preços inferiores. O advento da internet apenas mudou a forma de *piratear*, através dos chamados *downloads*.

Observamos que a postura utilizada pela indústria fonográfica, no gênero forró eletrônico, retrata a transformação da música popular em produto de consumo para a sociedade, na busca por atingir o maior número de consumidores e em um modelo de espetáculo, promovido para as massas.

Dentro desse novo cenário formado, a partir da transformação do que antes era entendido como manifestação cultural, e que agora se entende como indústria, vemos uma supervalorização dos espetáculos ao vivo como um produto das indústrias do entretenimento e em como são estrategicamente confeccionadas a fim de produzir sentido (CARDOSO, 2009).

No forró eletrônico, assim como nos demais gêneros musicais, produzidos para uma cultura de massa, as composições musicais pertencem à mesma lógica de produção da indústria cultural, que atua, em conjunto com a mídia, como produtora de sentido, que busca gerar identificação com o público-consumidor do seu produto: o forró eletrônico e seus discursos, imbuídos de representações da cultura nordestina.

Percebemos nessas práticas, a utilização da tecnologia, aliada à cultura, utilizando as ferramentas midiáticas, para a manutenção econômica da indústria fonográfica e das interações com o consumidor. Chegamos então ao conceito de *cibercultura*, que se constrói em torno das novas tecnologias de informação e comunicação, especialmente através da internet. Lemos (2003) vê a cibercultura como uma forma de comunicação, mediada por suportes tecnológicos e digitais.

Afirma ainda:

Podemos compreender a cibercultura como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70 (LEMOS, 2003, p. 11).

É nesse novo ambiente que, sob novas formas, a indústria fonográfica estabelece formas de atuação e padrões de produção, se reestruturando a partir da expansão do ambiente virtual. Essa atuação se dá em conjunto com a ideia de indústria cultural, a música como produto massivo, angariando o maior número de adeptos.

Sobre esse novo ambiente, Viana (2009, p. 7) esclarece:

A configuração do que se pode chamar de uma indústria fonográfica da atualidade, inserida nos processos ciberculturais, teve início em meados da década de 1990, quando podemos considerar um novo ciclo de evoluções tecnológicas a partir do desenvolvimento da internet. As transformações

advindas da rede alteram diversos aspectos do mercado musical, com mudanças não só dentro da indústria fonográfica, como principalmente por parte dos consumidores inseridos no processo.

Vemos a cibercultura como um fenômeno da globalização, agindo em conjunto com as novas tecnologias da comunicação, gerando a diminuição das fronteiras, trocas culturais, velocidade na informação e extinção das relações espacotemporais.

É possível ouvir música, através da internet, das mais diversas partes do mundo, não sendo mais necessária a intervenção da gravadora. Um artista pode ter seu trabalho divulgado no outro lado do globo, sem precisar organizar turnês, necessitando maior investimento. Assim, o sucesso musical pode ser alcançado, gerando fama e convites para apresentações. É basicamente um ciclo inverso ao organizado pelas gravadoras, no qual a divulgação de uma faixa musical, geralmente a música que dava título ao disco, começava pelas emissoras de rádio, para que a partir da aceitação do público, pudessem ser iniciadas as turnês. No ambiente virtual, os usuários têm à sua disposição os CDs inteiros, com videoclipes, como auxílio visual.

A revolução digital e o barateamento dos custos de produção fizeram surgir novos mecanismos de divulgação. Além dos tradicionais veículos de comunicação, temos hoje o surgimento de estações de rádio vinculadas ao meio digital, acessíveis de maneira global e “programáveis” por qualquer usuário conectado à internet (MOREL, 2010, p. 13).

No forró eletrônico, a indústria fonográfica atua com os signos da cultura popular para gerar uma empatia com os adeptos. As músicas executadas trazem a linguagem do povo, fazendo relações com o cotidiano, vivências e impressões da sociedade.

Outra ferramenta utilizada pelo gênero são as músicas com teor sexual. Segundo o Trotta (2009), a música popular, leia-se forró eletrônico, é um produto do entretenimento midiático que negocia e elabora os códigos morais também relacionados à sexualidade.

Trotta (2009, p. 1) afirma ainda:

O sexo é um dos temas mais frequentes da esmagadora maioria dos produtos veiculados pela indústria do entretenimento. Ao lado de seu par romântico – o amor – as narrativas que apresentam direta ou indiretamente algum tipo de referência sexual formam um eixo discursivo para o qual filmes, músicas, livros e shows continuamente apontam.

A música de forró tem sua temática ligada aos aspectos culturais e cotidianos do Nordeste. O forró eletrônico surgiu devido a esse novo território da indústria fonográfica, no qual variadas transformações ocorreram, principalmente no que diz respeito à produção e à distribuição da música. O forró eletrônico trouxe mudanças, no que diz respeito às composições que “deixam de se referir a um sertão rural e idealizado, para se concentrarem em temáticas comuns ao cotidiano de uma população cada vez mais integrada à vida urbana, aos circuitos do mercado cultural de massas” (ALBUQUERQUE JR., 2010, p. 2).

Quanto às apresentações musicais, o forró eletrônico difere do forró “tradicional”, executado por um trio forrozeiro. “Os shows incorporam elementos como iluminação sofisticada, projeção de imagens, uso de recursos cênicos como o gelo seco, os fogos de artifício, bailarinos que coreografam as canções” (ALBUQUERQUE JR., 2010, p. 3).

Surgida no Nordeste, mais precisamente no Ceará, a partir da *Somzoom Sat*, emissora via satélite que lançou o forró eletrônico como gênero musical, essa nova forma de produção e legitimação se revela inovadora em diversos segmentos. Além de vestimentas, do estilo de dança e das apresentações de shows, o forró eletrônico inovou na forma de comercialização de sua música.

## **2.5 *Somzoom Sat* e *Isaiás CDs*: indústria fonográfica regional**

Através do cearense Emanuel Gurgel, nasceu, em 1991, a *Rede Somzoom Sat*, um grupo de empresas que operam no segmento musical, na produção e na distribuição de músicas, na reprodução e no comércio de CDs e na organização de shows, além de contar com uma produtora de conteúdo via satélite. Conhecida como *Somzoom Sat*, e funcionando como uma espécie de rádio<sup>25</sup>, foi responsável por lançar a primeira banda de forró eletrônico, a banda *Mastruz com Leite*.

Quando se fala em satélite no Nordeste, significa buscar compreender o fenômeno do desenvolvimento tecnológico da região, além do contrafluxo da informação/produção que durante anos recebeu programação do eixo Rio-São Paulo, surgindo como produtora de informação alternativa. O Nordeste através do Ceará, manda programação e outros produtos culturais regionais, como o forró, para o país afora, principalmente para a comunidade nordestina localizada no Sudeste do Brasil (LIMA, 2010, p. 113).

---

<sup>25</sup> A *Somzoom Sat* não é considerada emissora de rádio por não ter concessão governamental.

A *Rede Somzoom Sat* atua na transmissão de conteúdo via satélite e com a geração de entretenimento, através de discos, selos fonográficos, bandas de forró, casas de *shows* e estúdio de gravação, tendo, porém, como segmento de maior sucesso as bandas de forró, que ficaram conhecidas pelas transmissões da *Somzoom Sat*. “Nos anos 90, o avanço tecnológico representado pelas transmissões via satélite, resultou na formação e consolidação de redes nacionais e regionais de rádio” (MOREIRA, 2000, p. 20).

A pesquisadora Lima (2010, p. 110) nos dá, através do quadro abaixo, a organização das diversas empresas que compõem a *Somzoom Sat* enquanto rede comercial, visto que, rede e produtoras de conteúdo possuem os mesmos nomes:

**Tabela 1:** Segmento de empresas que compõem a *Rede Somzoom Sat*.

<i>Rede Somzoom Sat</i> (Cabeça de rede, programação via satélite para diversas afiliadas);
<i>Somzoom</i> (Selo fonográfico para produção de CDs das bandas de forró);
<i>Somzoom Stúdio</i> (Estúdio de gravação de CDs);
Bandas de forró ( <i>Mastruz com Leite, Cavalo de Pau, Catuaba com Amendoim, Mel com Terra, Caça Kabaçu, Banda Aquarius</i> );
Casas de shows de forró em Fortaleza (Parque do Vaqueiro, Mansão do Forró);
<i>Editora Passaré</i> (Edita todas as músicas gravadas dos CDs de forró e material de divulgação);
Fábrica de amplificadores <i>Mastruz com Leite</i> (Som de alta potência para shows);
<i>Zoom Promoções</i> (Produz eventos, shows, organização de vaquejadas);
Loja de CDs Aguanambi (Localizada numa movimentada avenida de Fortaleza, que vende todos os CDs e DVDs das bandas de forró do grupo Emanuel Gurgel e também do selo fonográfico <i>Somzoom</i> );
Confecção e Malharia Gurgel.

Fonte: Lima (2010, p. 110).

No website oficial<sup>26</sup> da rede, encontramos a programação e a possibilidade de ouvir *online*, em tempo real, o conteúdo que é distribuído pelas emissoras afiliadas no Ceará. A *Somzoom Sat*, no fim dos anos 90, chegou a possuir quase 100 afiliadas, entretanto, sem nunca ter conseguido concessão pública de rádio. O declínio nas atividades do grupo, como a perda de audiência da “rádio via satélite” deve se ao fato de ter surgido outra produtora de conteúdo via satélite, a *Estação Sat*, sediada em Pernambuco. A concorrente contratou apresentadores da *Somzoom Sat*, levando com eles, parte do público (LIMA, 2010, p. 118).

<sup>26</sup> <<http://www.somzoom.com.br>>. Acesso em: 15 abr. 2012.

Nos municípios do Ceará, hoje, são 19 afiliadas – 17 FMs e 2 AMs – retransmitindo 15 programas, sendo 9 de segunda a sábado e 6 aos domingos. Um dos programas – *Experiência com Deus* –, de cunho religioso, é comandado pelo Pe. Reginaldo Manzotti.

A importância da *Rede Somzoom Sat* consistiu em uma “abertura” para o mercado fonográfico regional. A partir dela, surgiu um mercado organizado e diferenciado, que, além de movimentação de capital financeiro, fez ser visto o capital humano, novas técnicas de veiculação e, claro, um novo gênero, o forró eletrônico.

Nascida nos anos 90, a *Rede Somzoom Sat* chega com a internet e, por conta dela, novas práticas comerciais, como a distribuição de CD, em que cópias são vendidas a um custo menor, *download* de conteúdos, o que inclui, principalmente, a música. Desse modo, a *Rede* utilizou – e mantém – algumas técnicas no combate à pirataria. Uma das estratégias de combate, observada no Norte-Nordeste, é a produção e a venda do CD pelo mesmo indivíduo, ou seja, ele é proprietário da fábrica e da loja que o revende.

Ao falarmos da comercialização de CD no Nordeste, somos remetidos à figura de Antônio Isaías Paiva Duarte – *Isaías CDs* – um dos donos da A3 Entretenimento, empresa proprietária de seis bandas de forró eletrônico, como *Aviões do Forró* e *Forró do Muído*. Nascido em uma fazenda do Ceará, fugiu de casa aos 11 anos de idade, morou nas ruas de Fortaleza e trabalhou vendendo pastel. Aos 14 anos, retorna para a fazenda, mas não se adapta mais à vida no campo, volta para Fortaleza e conhece Emanuel Gurgel, que estava com a *Rede Somzoom* em alta no mercado de shows e suas bandas – em torno de onze – tocando nas rádios do Nordeste. De zelador a copeiro, Isaías passou a vender CDs durante os shows e inseriu no mercado a prática de distribuição de CDs. “Quando vi a pirataria crescendo, vi que não se vendia mais disco. Pensei: ‘Vou é dar!’. É uma moeda que vai e volta. Dou o CD e volta na bilheteria”, explica em entrevista ao jornal *O Povo* em 23 de maio de 2011<sup>27</sup>.

[...] em qualquer praça ou praia das grandes capitais da região é oferecido aos transeuntes o CD onde foi registrado o último show da banda de forró que por ali passou; nas vaquejadas, nas festas de padroeira, nos rodeios, nas festas juninas (ALBUQUERQUE JR., 2010, p. 1).

É semianalfabeto, como se declara: “Sou um cara que sei ler, não sei escrever muito bem e me considero bom de matemática. Só tem uma coisa que tenho vontade ainda, passar numa sala de aula. Nunca entrei num colégio. Aprendi no mundo. Passava o dia soletrando as

<sup>27</sup> Disponível em:

<<http://www.opovo.com.br/app/opovo/paginasazuis/2011/05/23/noticiapaginasazuisjornal,2247865/forro-paras-todos.shtm>>. Acesso em: 12 jul. 2011.

coisas e fui aprendendo. Aprendi tudo de gerência dentro da *Somzoom*”, declara na mesma entrevista ao jornal *O Povo*<sup>28</sup>. Isaías afirma que, além das bandas de forró, possui seis casas de shows em Fortaleza, onde suas bandas se apresentam, além de demais casas de espetáculos e festas pelo país.

A partir dessa estrutura mercadológica criada, o forró eletrônico foi se expandido nas demais cidades da região Nordeste, chegando às principais capitais, e assim passa a ser executadas nas emissoras FMs. “O fato de controlarem exclusivamente os meios de produção lhes deu durante grande parte do século XX o controle quase que total da produção musical dessa época” (TROTТА, 2008, p. 41).

Em entrevista concedida à pesquisadora<sup>29</sup>, o programador Epitácio Faustino, programador há 27 anos da rádio *96 FM*, conta que acompanhou a chegada do forró eletrônico às rádios de Natal e que a banda *Mastruz com Leite*, que iniciou o processo, trouxe o forró para as rádios FM. Ele afirma:

O forró era considerado coisa de pobre e a *Mastruz* levou para a classe mais alta, popularizou em todas as camadas. O forró eletrônico é mais dançante, mais alegre, mais comercial e apelativo. O forró conseguiu se igualar ao romântico, antes ele só tocava no período junino, e conseguiu se colocar nas paradas, nas agendas.

Quando Epitácio diz que antes o forró era considerado coisa de pobre, pensamos nesse antes como os anos 80. Isso nos leva a Luiz Gonzaga e demais representantes do gênero, no qual eram cantados o sertão e os elementos constitutivos de uma identidade nordestina. Historicamente, na região Sudeste, os migrantes ocupavam profissões como pedreiro, porteiro e servente, consideradas, assalariadas, e portanto quem as exercia, possuía menor poder aquisitivo, e como dinheiro está ligado à cultura, no sentido de ter educação, o consumidor de forró era nordestino e pobre – financeiramente e culturalmente.

O estereótipo dado ao consumidor de determinado gênero musical está ligado às questões sociais. Acreditamos que seja necessária uma reflexão sobre isso. Com o samba vimos acontecer um processo parecido, no que diz respeito à discriminação e legitimação: em seu início, conhecido por pertencer a negros e moradores de favela, “o samba era considerado uma configuração rudimentar da nossa música” (ALBIN, 2003, p. 239) e foi repudiado pela sociedade. Após décadas, foi legitimado como patrimônio cultural, e se tornou “a cara do Brasil”.

<sup>28</sup> Jornal *O povo*, matéria *O homem do forró*. Publicada em 23 de maio de 2011.

<sup>29</sup> Entrevista concedida em 28/03/2011 na emissora *96 FM*.

Com o forró eletrônico, vemos ocorrer processo parecido. Obviamente não queremos afirmar que o forró eletrônico se consolidará como patrimônio cultural ou será a representação genuína da nossa cultura daqui a algumas décadas, assim como está legitimado o samba, mas queremos pensar sobre as mudanças advindas do nascimento desse gênero, mudanças relacionadas ao comportamento e à construção da figura feminina, objeto de nossa pesquisa.

Ao acrescentar ao forró instrumentos como bateria, guitarra, teclados, baixo e sax, Gurgel fez nascer a banda de forró que, explorando de forma modernizada a própria identidade construída por Luiz Gonzaga, entre o forró e a nordestinidade, reelabora essa identidade cultural e a repõe, dando a ela um tom moderno e urbanizado, capaz de atrair este novo público composto de jovens, cujas subjetividades foram formadas pela cultura de massas e pela mídia (ALBUQUERQUE JR., 2010, p. 3).

A consolidação de um gênero é um processo gradual na sociedade, principalmente porque um ritmo, gênero, não surge do nada, de lugar algum. O ser humano vive de transformações, de apropriações e por isso, temos grande variedade de ritmos, que mesclados, fazem nascer outros.

As manifestações culturais que evocam costumes já estabelecidos e foram apropriadas por amplas camadas da população como “legítimas” têm mais chances de canonização. Já o caminho dos produtos culturais híbridos é usualmente mais turbulento, seja pela identificação com estéticas populares, seja pela confrontação com formas “tradicionais”, que muitas vezes têm seus sentidos “originais” deslocados. A luta para afirmar autenticidade e conquistar legitimidade como novo gênero local, regional ou nacional é constante (KISCHINHEVSKY; HERSCHMANN, 2006, p. 168).

No forró eletrônico, o termo “eletrônico”, denota a diferenciação que se faz dele, do forró dito tradicional, pé de serra. O forró de Luiz Gonzaga, que evoca o “chiado da chinela”<sup>30</sup>, agora aparece sob nova roupagem, ao som de guitarras elétricas e acompanhado de gelo seco. Os vocalistas tem outra postura e agora dividem o palco com bateristas e bailarinos, substituindo a estrutura do trio forrozeiro – sanfona, triângulo e zabumba. Nova estrutura, tanto visual, quanto musical. Composições com outro apelo, mais românticas e com teor sexual explícito.

---

<sup>30</sup> Evocado nas composições do forró disseminado por Luiz Gonzaga, o “chiado da chinela” refere-se a uma das peças do vestuário do sertanejo – o chinelo de couro, usado para dançar – isto porque as festas também chamadas de *forrós* – eram realizadas em construções rupestres ou ao ar livre, e se compunham de chão de areia ou barro. Durante a dança, o chinelo em contato com o chão, geralmente de areia, emitia um barulho (chiado) característico destas reuniões festivas.

O *marketing* intuitivo de Emanuel Gurgel inovou no mercado fonográfico quando as bandas da *Somzoom* passaram a mencionar seus próprios nomes no meio das faixas dos discos e durante as apresentações em shows (“É o forró *Mastruz com Leite*”). A identificação dos nomes das bandas dentro das músicas foi o jeito que ele encontrou para popularizar suas marcas, já que os comunicadores do rádio não costumam dar os créditos dos compositores e dos intérpretes (PINHEIRO; PAIVA, 2010, p. 44).

A partir dessas estratégias, o forró eletrônico passa a ser veiculado nas rádios, fora do período das festas juninas, arrebanha um grande público, e passa a ser veiculado nos demais meses do ano. Apesar das críticas, o forró eletrônico permanece. “O sistema comercial que gira em torno do forró eletrônico está abertamente adequado ao momento mercadológico de perda de valor da música gravada e de maior significação simbólica e financeira da experiência musical ao vivo” (GOMES; TROTTA; LUSVARGHI, 2010, p. 69).

Em nossa pesquisa, utilizamos a *96 FM* – primeira FM de Natal –, mais precisamente o programa *Paradão 96*, veiculado de segunda a sexta, a partir das 18h. O programa com 1h de duração apresenta as dez músicas mais pedidas da programação diária da emissora. A partir da coleta de dados e observação deles, estabelecemos alguns gráficos, que demonstraram que o forró eletrônico é o gênero que se mantém em primeiro lugar durante o período analisado, a saber, 2009 e 2010, disputando a liderança com o gênero axé durante os meses de novembro e dezembro, período no qual é realizado o Carnatal<sup>31</sup>, e de janeiro e fevereiro, que antecedem o carnaval, festas onde o axé possui uma maior veiculação. Ainda assim, o forró se manteve líder nos pedidos da audiência nesses períodos.

Quanto ao sucesso, um termo é dado às bandas, diz-se que estão “estouradas”, no sentido de rebentarem, de nascerem para o público – nas rádios e nos shows – e de arrebutarem, como num estouro, numa explosão. Devido a essa conotação estouro = sucesso, largamente usada por locutores de rádios FMs e vocalistas, uma banda de forró eletrônico foi batizada como *Forró Estourado*<sup>32</sup>.

Essa liderança na programação eleva o número de shows realizados por mês, em média 25, se a banda estiver no auge do sucesso com suas composições. Alguns outros fatores

---

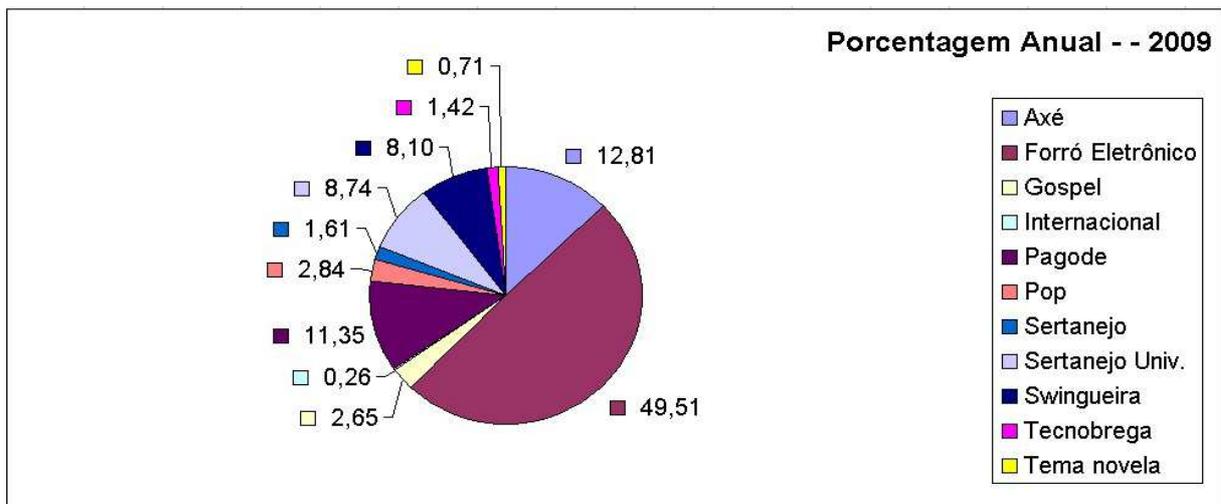
<sup>31</sup> Realizado no mês de dezembro, o Carnatal é considerada uma das maiores micaretas – carnaval fora de época – do país. Durante quatro dias – de quinta a domingo – reúne milhares de pessoas, através de bandas do gênero *axé music*. Bandas de forró também participam, inclusive alteram seus nomes para o evento. Em uma associação com o termo trio elétrico, surgem *Aviões Elétrico (Aviões do Forró)* e *Cavaleiros Elétrico (Cavaleiros do Forró)* e executam suas músicas em ritmo de *axé music*.

<sup>32</sup> Site oficial: <<http://palcomp3.com/ForroEstouradoOficial>>. Acesso em: 18 abr. 2012.

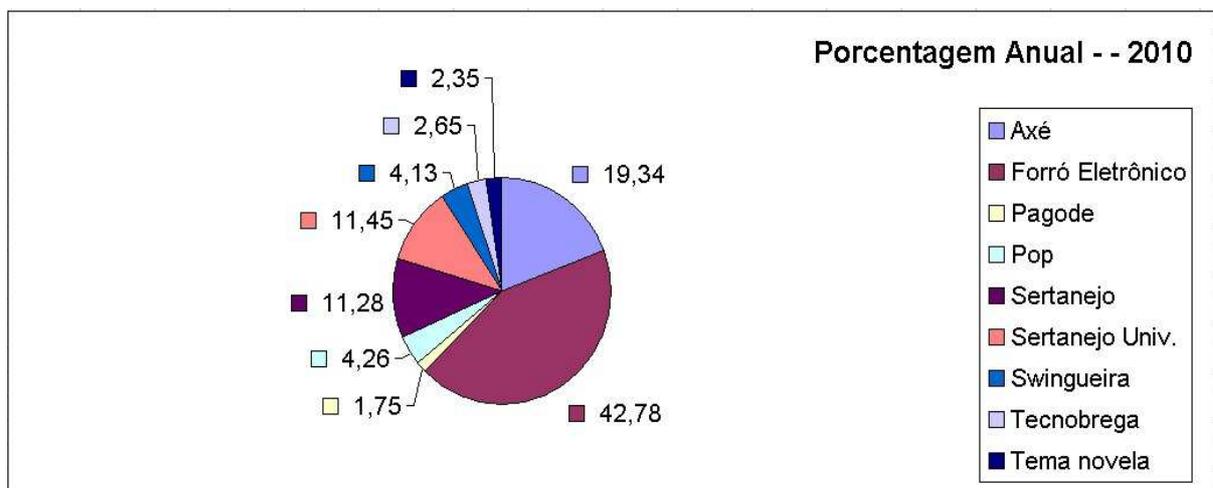
contribuem para que a experiência da festa seja completa: a empatia dos vocalistas com o público e o apelo erótico das dançarinas.

Nos gráficos abaixo, referentes ao período analisado, podemos visualizar a predominância do forró eletrônico na cidade do Natal e os demais gêneros solicitados pelo público da *96 FM* durante a programação diária.<sup>33</sup>

**Gráfico 1:** Gêneros musicais veiculados na rádio *96 FM* – 2009.



**Gráfico 2:** Gêneros musicais veiculados na rádio *96 FM* – 2010.



<sup>33</sup> Elaboramos gráficos por semestre (2009.1/2009.2 e 2010.1/2010.2) e os anuais (2009 e 2010).

## 2.6 Forró eletrônico: festa, amor e sexo<sup>34</sup>

As manifestações populares que envolvem dança, música e datas comemorativas representam as festas, que podem estar ligadas também à religiosidade. O pesquisador Trigueiro (2007, p. 108) afirma que essas manifestações festivas dizem respeito à própria natureza do homem: “o ser humano é um realizador de festas, portanto, a festa é parte essencial da sociedade porque é através das festas que se organizam e divulgam as suas culturas e as suas memórias”.

Festa e música estão intimamente relacionadas, e dependendo dos tipos de comemoração, há determinados estilos que obedecem a uma tradição, como vaquejada e forró eletrônico ou rodeio e música sertaneja.

A música é uma forma de pensamento compartilhado e uma maneira de estabelecer uma organização social do tempo e das relações afetivas. A noção de festa é central nesse processo, uma vez que agrega não somente um evento no qual a experiência musical irá ocorrer, mas induz a uma certa ambiência afetiva compartilhada pelos presentes (TROTТА, 2010, p. 54).

O forró eletrônico tem na festa seu principal ganho comercial e financeiro. É através dela que se arrecada com bilheteria e anúncios publicitários. Patrocinadores de bebida alcoólica são comumente encontrados nos shows de forró eletrônico. As festas populares, ditas comerciais, “são quase sempre planejadas para atender as demandas de consumo dos interesses econômicos do mercado globalizado das empresas de bebidas, do turismo, dos grupos políticos e principalmente da mídia” (TRIGUEIRO, 2007, p. 108).

Como vimos através da observação da prática comercial de *Isaiás Cds*, o forró não tem como principal interesse o de vender disco. Vende festa e a experiência que ela traz. Trotta (2008, p. 2), analisando a banda *Aviões do Forró* como referência para o gênero, comenta:

O vetor básico de divulgação musical de *Aviões* é o fonograma gravado em estúdio e tocado em rádio. Porém, enquanto nas grandes gravadoras transnacionais a divulgação em rádio tem como objetivo a venda de discos,

<sup>34</sup> “[...] a música do forró eletrônico, traz uma característica fundamental para sua projeção comercial: uma explícita apologia da festa como lugar de realização social e, sobretudo, amorosa e sexual. O trinômio festa-amor-sexo funciona como um elo fundamental da experiência social da música. O show é o evento central nesse processo e todas as etapas da produção musical apontam para esse momento de festa, onde as simbologias, identificações e os encontros amorosos e sexuais irão ocorrer, que se manifesta fortemente no repertório das canções” (GOMES; TROTТА; LUSVARGHI, 2010, p. 53).

que são os principais produtos das empresas, os produtores e empresários das bandas de forró elegeram os shows como produto básico de vendas. Isso significa que a divulgação comercial nas rádios está voltada para a atração de público para a experiência musical ao vivo, que passa a ser o eixo central de comercialização.

A festa é, sobretudo, uma experiência. Ao comprar um ingresso para ver seus artistas/bandas prediletos, o indivíduo negocia também significados. Há um preparo para a festa – roupas, acessórios – e um agendamento social – com quem se irá à festa – pois raramente alguém irá a um show de forró sozinho; nisso a indústria fonográfica, organizadora dos shows, sai lucrando, pois geralmente os ingressos são vendidos aos pares, geralmente a “amiga leva uma amiga, que conhece uma amiga não quer ir sozinha”. As experiências são geradas antes da festa em si: na expectativa dela.

Vemos em diversos anúncios de festas – rádio, *outdoor* e cartazes – além das informações sobre horário, data e local, a seguinte nota “Muita gente bonita” ou nas chamadas de rádios: “Só vai ter mulher bonita”<sup>35</sup>. Ora, não entraremos no conceito do belo, mas por ser o belo algo particular e visto/revelado de maneiras diversas por cada ser, entendemos que a ressalva da “gente bonita” e em especial à mulher, diz respeito a igualar o público consumidor daquela determinada festa, e em especial pedir o comparecimento do público masculino, à procura de mulheres belas, colocando todos que compartilham daquela experiência como iguais, e que além do gosto musical, desperta a ideia de homogeneidade, entrando até mesmo na esfera da aparência física.

Não há festa sem muita gente, sem dança, sem bebida, sem paquera, sem encontros sociais de naturezas múltiplas. Para ser festa é preciso que a música estabeleça modos de estar coletivamente, instaurando regras para as relações humanas e para o acesso a estados afetivos específicos (TROTTA, 2010, p. 54).

As bandas de forró eletrônico são contratadas para realizar eventos variados, como vaquejadas, micaretas, festivais, aniversários de cidade, Carnaval e baile de formatura. Essa presença massiva do forró eletrônico contribui para a sua manutenção como líder de audiência nas rádios e capaz de reunir milhares de pessoas, entre mulheres e homens, que consomem com a festa.

---

<sup>35</sup> As frases citadas são resultados da audição da pesquisadora durante a pesquisa.

Suas composições – pautadas no ambiente urbano e jovem – retratam o cotidiano, as emoções, o amor romântico e o desejo sexual, a partir da existência de duas figuras: a masculina e a feminina, ambas essenciais para que a experiência da festa ocorra, pois as composições envolvem situações ocorridas entre um casal. Temáticas como traição, amor romântico e paixão são comumente evocadas nas letras, que geralmente possuem fala masculina, endereçada aos homens, tendo como tema principal a mulher, uma figura feminina, nascida no forró eletrônico, que desperta críticas em relação ao modelo de tratamento conferido às mulheres, mas que tem no público feminino grande parte dos ouvintes e consumidores dos shows.

Observaremos quais as possíveis interpretações para essa “mulher”, nascida no forró eletrônico nos anos 90 e que hoje é cantada em suas composições, pelas próprias mulheres. Buscamos entender esse universo de significados, no que diz respeito à construção da figura feminina, produzidos a partir do consumo de música e apropriações de elementos da cultura popular, em especial, do linguajar, da fala e das gírias do consumidor do gênero forró eletrônico. Para isso, é preciso que adentremos na ideia do que é a cultura popular, e em como ela se manifesta, aliada à cultura de massa, como essencial para a construção do universo de significados que permeia tanto o forró eletrônico, enquanto produtor de música, quanto os adeptos do gênero, enquanto consumidores.

## CAPÍTULO 3

### 3.1 Folclore: pela formulação de um conceito

Pensar no significado da palavra folclore nos remete às lendas, aos contos, às festas e às manifestações populares, em suma, folclore é “povo”. A ideia de folclore está ligada às esferas da imaginação, do espetacular. Logo, é corrente se dizer no Nordeste, que algo é “folclore”, se referindo ao caráter inverossímil e surpreendente de alguma história.

O emprego da palavra “folclore” teve início em 1846 e foi usada para designar as antiguidades populares, em referência ao saber nascido dessas tradições<sup>36</sup>. Em 1957, no Rio de Janeiro, é realizado o I Congresso Brasileiro de Folclore, evento no qual é elaborada a “Carta do Folclore Brasileiro<sup>37</sup>”, assinada por diversos estudiosos do tema, entre eles, Luís da Câmara Cascudo. Trinta e oito anos depois, no VIII Congresso Brasileiro de Folclore, dessa vez realizado na Bahia, o folclore é definido como um conjunto de tradições culturais de uma comunidade a partir de tradições coletivas, que acabam por representar uma identidade social (CARVALHO, 2011).

Ao caracterizar o folclore como manifestação popular capaz de construir e representar identidades dentro de uma comunidade, podemos entendê-lo como um ambiente coletivo, uma vivência compartilhada, permeada por tradições, que passadas de geração em geração são responsáveis por criar uma paisagem cultural, cheia de representatividades (LUCENA FILHO, 2007).

Os estudos sobre o folclore no Brasil revelavam uma tentativa de se construir uma identidade nacional, capaz de representar o país, definir a cara da população, a alma do povo. A partir dessas discussões, convencionou-se que o folclore estava mais ligado à tradição, ao passado e ao arcaico, enquanto que o termo “cultura popular” representava as manifestações no presente, em transformação, multifacetadas, caracterizando um país em pleno desenvolvimento, afastando a ideia de um Brasil subdesenvolvido (MORENO DE MELO,

---

<sup>36</sup> A palavra *folclore* surgiu pela primeira vez na revista londrina *The Atheneum*, em 22 de agosto de 1846, em seu número 982, na carta escrita pelo arqueólogo inglês William Jonh Thoms, na qual ele se referiu ao *folklore*, expressão criada para descrever representações populares. É a justaposição de dois termos: *folk*, que significa povo; e *lore*; que significa sabedoria (LUCENA FILHO, 2007, p. 41).

<sup>37</sup> Disponível em <http://culturadigital.br/setorialculturaspopulares/files/2010/02/1995-CARTA-DO-FOLCLORE-BRASILEIRO-CNF.pdf>. Acesso em 06 de julho de 2012.

2012). Diante desse entendimento, o folclore ganha caráter de cultura popular, e passa a ser reconhecido como tal.

Diante dessa nova categoria – folclore = cultura popular –, entramos na discussão do que seria então a cultura popular, mais precisamente quais elementos constituem essa “cultura” para ser definida como “do povo”.

### **3.2 Cultura popular e erudita: o “saber” e o “fazer”**

Discutir cultura – conceituar e delimitar – tem sido tarefa difícil para dezenas de pesquisadores. Enquanto uns acreditam que a cultura é advinda das artes, do saber, outros afirmam serem manifestações culturais todas aquelas que produzem sentidos a determinados grupos sociais. Quando incluímos manifestações culturais produzidas pelo povo – folclore –, a definição se complica ainda mais, pois entramos no campo da cultura erudita, produzida por intelectuais e direcionada a intelectuais, indivíduos com alto nível de instrução, capazes de interpretar o conteúdo – literário, científico, musical – e que não aceitavam que as tradições, geralmente regionais e advindas das camadas mais pobres da sociedade, praticadas por indivíduos sem diploma de ensino superior, fossem categorizada como cultura.

A cultura erudita, ligada à ciência, ao saber e às artes, estava no campo do “saber”, enquanto que a cultura popular, ligada à população mais pobre, estava ligada ao “fazer”, partindo de uma “[...] concepção generalizada em nossa sociedade de que o trabalho intelectual é superior ao manual” (ARANTES, 1983, p. 14). Exemplificamos com o engenheiro civil que planeja a construção de um edifício, enquanto que o pedreiro executa; ou o diretor da fábrica que planeja as ações e planos de trabalho, enquanto o operário manuseia a máquina. “Essa dissociação entre ‘fazer’ e ‘saber’, embora a rigor falsa, é básica para a manutenção das classes sociais, pois ela justifica que uns tenham poder sobre o labor dos outros” (ARANTES, 1983, p. 14). Essa clara diferenciação entre elite e povo – “saber” e “fazer” – nos leva a pensar nas discussões no campo da cultura e suas classificações.

Ao contrário da cultura erudita, claramente de elite, a cultura popular surge das tradições e costumes e é transmitida de geração para geração principalmente de forma oral, “[...] a cultura não é apenas um conjunto de objetos, de obras de arte, nem de livros, ou seja, não é um conjunto existente material como unidade, como algo de fácil identificação” (LIMA, 2010, p. 58).

Foco de inúmeros debates, a cultura popular enfrenta diversos apontamentos quanto à sua validade enquanto “cultura”, chegando até mesmo a se afirmar que cultura popular não é cultura – referindo-se à erudita, denominada autêntica, genuína, legítima. Sobre a definição de cultura, a pesquisadora Lima (2010, p. 47) define:

[...] as culturas são feitas de práticas e de crenças educativas, religiosas, alimentares, artísticas, lúdicas. Elas concernem às regras de organização da família, do parentesco e dos grupos políticos. As práticas e crenças estão ligadas ao corpo e à mente, e precisam de tempo para transmiti-las. A cultura é identificadora.

O conceito de cultura reunia artes, literatura e música instrumental, mas observando o caráter identitário, a cultura passa a ser vista como todas as práticas de uma sociedade, incluindo fala, comportamentos, costumes, crenças, hábitos e representações, produtoras de sentido.

Ficam classificadas como cultura popular as manifestações produzidas pelo povo e com participação da comunidade e que produzem significados. A cultura popular está manifestada nas comemorações festivas (música, capoeira, danças e cantigas de roda) e nas expressões artísticas (literatura de cordel, provérbios, lendas, contos, fábulas e artesanato).

Observemos que a cultura popular é um processo social em plena transformação. Não é algo que veio do passado e está arraigado nele. O estudo da cultura popular como sobrevivência do passado, conjunto de práticas isoladas ou até mesmo imutáveis, é criticado pelos pesquisadores Marcos Ayala e Maria Ignez Ayala (2003, p. 3) e definido como

[...] atrasado, pois desconhece estudos que veem as práticas culturais populares da mesma maneira que qualquer manifestação de cultura, como parte de um contexto sociocultural historicamente determinado. Esse contexto as explica, torna possível a sua existência e, ao se modificar, faz com que também aquelas práticas culturais se transformem.

Ao relacionar o folclore – como cultura popular – ao rural, inculto e tradicional, se mantinha a ideia de que estaria sob ameaça do progresso e da modernidade, o que com o passar dos anos, se mostra uma falsa percepção: a cultura popular acaba por se aliar aos avanços tecnológicos, à difusão e ao acesso aos meios de comunicação e à indústria cultural, transformando-se em diversos aspectos, um deles, em uma cultura de massa, na qual a sociedade e a comunicação também se apresentam como produzidos e dirigidos às massas.

### 3.3 Cultura de massa: produção e consumo

A sociedade de massa – na qual se alia tecnologia, informação e cultura – é construída a partir de uma indústria cultural, e, nesse caso, entendemos “indústria enquanto complexo de produção de bens. Cultural quanto ao tipo desses bens” (BOSI, 1986, p. 50). Amparada pelas novas tecnologias, a indústria cultural é um processo de industrialização por onde passa as produções culturais e artísticas. Essa cultura, perpassada por essa industrialização é disseminada para as massas através dos meios de comunicação, agora, mais acessíveis, como o rádio, a TV, o cinema e as revistas.

A técnica, feita indústria, permitiu a consolidação de grandes complexos, produtores e fornecedores de imagens, de palavras e de ritmos, que funcionam como um sistema entre mercantil e cultural. Desse hibridismo advém uma realidade social nova que caracteriza como nenhuma outra o mundo contemporâneo: a cultura de massa (BOSI, 1986, p. 51).

Desse modelo de produção moderno, surge uma cultura de massa, tida como “[...] o resultado de um diálogo entre a produção e um consumo em contextos de uma sociedade massificada, produzida segundo as normas da industrialização” (LUCENA FILHO, 2010, p. 48-49).

Esse diálogo entre produção e consumo, emissores e receptores, publicidade e público, denominado comunicação de massa, surge como conceito a partir da Revolução Industrial<sup>38</sup>, na qual vigora a democratização da informação. O que antes significava cultura, no seu sentido erudito, presente no meio acadêmico e acessível a poucos, agora não é mais exclusividade de uma parcela da população. O acesso às produções artísticas se torna mais fácil, visto que os meios de comunicação vão se tornando populares (BOSI, 1986). Esse consumo de cultura popular, agora disseminada pelos meios de comunicação, suscita diversos questionamentos, entre eles, a perda da “essência da cultura popular”, devido à massificação e às apropriações sofridas pela indústria cultural.

O que observamos é que as manifestações não perdem sua “essência”, mas se transformam, por ser a cultura um organismo vivo, construído através de gerações e práticas

---

<sup>38</sup>A Revolução Industrial nasceu na Inglaterra metade do século XVII e se expandiu mundialmente no século XIX. Caracterizou-se pela implantação do capitalismo como sistema econômico, a substituição das ferramentas, usadas na agricultura e no artesanato, por máquinas. Essas transformações, movidas pelos avanços tecnológicos, provocaram a saída da população da zona rural, para a urbana, permitindo o acesso aos diversos meios de informação.

que variam com os anos e que, obviamente, vieram sofrendo alterações conforme a sociedade em que se manifestavam. “As práticas culturais populares, na verdade, se modificam, juntamente com o contexto social em que estão inseridas, sem que isso implique necessariamente sua extinção” (AYALA; AYALA, 2003, p. 20).

A pesquisadora Ecléa Bosi (1986) questiona se a cultura popular vai absorver a cultura de massa e, ao longo do texto, responde: “[...] a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte. Ela pode assimilar novos significados em um fluxo contínuo e dialético” (BOSI, 1986, p. 65).

A cultura popular, a partir de suas manifestações – artísticas e religiosas – é, sobretudo, uma forma de comunicação das classes que a produzem. Dessa comunicação, surge no Brasil, a folkcomunicação, teoria que investiga como as classes populares, usam a comunicação em suas manifestações e expressões.

### **3.4 Folkcomunicação: a comunicação informal popular**

Nascida na década de 60, a partir da pesquisa do Prof. Luiz Beltrão (1918-1986), que buscava entender como as populações do interior do país se informavam e como manifestavam o pensamento, a teoria folkcomunicacional investiga a forma de comunicação dos excluídos socialmente, isto é, dos grupos marginalizados. Beltrão destacou três grupos, nas seguintes categorias: o *rural marginalizado*, que não tinha acesso à informação devido à posição geográfica, o *urbano marginalizado*, que pertencia às classes subalternas, que tinham pouco acesso aos meios de comunicação e o *culturalmente marginalizado*, que tanto podia ser rural ou urbano, grupo ao qual pertencem os analfabetos, por exemplo.

A folkcomunicação, além de reconhecer o folclore como manifestação popular, também analisa, a partir dessas manifestações, formas de se comunicar dessas classes. É definida pelo seu criador como “[...] o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2004, p. 55).

Suas pesquisas analisaram o ex-voto<sup>39</sup> como veículo jornalístico e meio de comunicação. Os ex-votos, tradicionais no Nordeste brasileiro, são objetos depositados nas igrejas e locais de romaria, em demonstração de agradecimento por um favor – diz-se também

---

<sup>39</sup> Também chamados de milagre ou promessa.

“uma graça” – alcançado de um santo católico. Eles podem ser fotografia, réplica de parte do corpo que foi curada de enfermidade, desenho, mecha de cabelo etc. e feitos em madeira, papel, cera, gesso etc.

**Figura 4:** Ex-votos na capela da Serra do Lima – Patu/RN.



Foto: Libny Freire.

Luiz Beltrão analisou também as cruzeiras presentes nas curvas das estradas, representando local onde houve uma morte por atropelamento, vendo essa sinalização com cruzeiras como uma forma da população comunicar-se, informando que se trata de um trecho perigoso, para os motoristas e pedestres ficarem atentos quanto ao tráfego e travessia. É também uma forma de comunicação com o poder público, responsável pela sinalização nas estradas e rodovias.

A relevância das pesquisas de Beltrão consiste no fato de reconhecer essas manifestações folclóricas, antes interpretadas como somente artísticas, para que se identificasse a voz do povo, considerando que a troca de informação e opiniões não estava restrita às classes eruditas da sociedade.

Ao contrário do que era apregoado, os veículos de massa não tinham total influência sob a audiência, no sentido de mudar/gerar ações. Baseado na teoria americana funcionalista *two-step-flow-of-communication*<sup>40</sup>, Beltrão acreditava que o fluxo de comunicação ocorre em

<sup>40</sup> Também chamada de fluxo comunicacional em duas etapas, é uma teoria de comunicação proposta por Paul Lazarsfeld que investiga o papel influenciador dos formadores de opinião comunitários e a construção da opinião

dois estágios: do meio de comunicação para um líder de opinião e deste para o grupo ou indivíduo mais próximo e assim por diante.

Beltrão reconheceu o papel do folclore como ferramenta de comunicação desses grupos, a partir de uma figura, o líder de opinião, que captava as mensagens dos veículos de comunicação de massa e traduzia para os demais do grupo. Esses líderes eram geralmente motoristas de ônibus rodoviário, caixeiros-viajantes, repentistas, andarilhos, cantadores etc.

[...] líderes agentes-comunicadores de *folk*, aparentemente, nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores e, em geral, alcançado a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham (Cadernos de Comunicação, 2007, p. 43).

O líder de opinião tem acesso aos meios de comunicação de massa e repassa para o seu grupo que o entende, e assim decodifica a mensagem. Isso não significa que a informação só é recebida através desses líderes, o indivíduo/grupo pode, sem a presença do líder, se informar. D’Almeida (2006, p. 79) afirma que “a recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em resposta ou na emissão de mensagens originais”.

As análises de Luiz Beltrão fizeram surgir dezenas de pesquisadores da folkcomunicação, que, além de investigarem as expressões populares como formas de comunicação, cunharam o termo *folkmidia*<sup>41</sup>, que estuda as apropriações que a indústria cultural faz dos elementos, símbolos da cultura popular, os repassando para o público, dessa vez, como produto midiático.

### **3.5 Folkmidia: a interação entre “culturas”**

Ao longo dos anos, as pesquisas com enfoque comunicacional foram crescendo, diversas manifestações populares passaram a ser investigadas academicamente, e “lidas”

---

pública nos grupos onde atuam. Revelou que a sociedade não é uma massa homogênea e a eficácia da notícia, bem como a produção de sentido, varia de indivíduo para indivíduo. Essa teoria reduziu a influência atribuída à mídia.

<sup>41</sup> O Prof. Roberto Benjamin, estudioso da Folkcomunicação, utilizou o termo *folkmidia* para designar as interações entre cultura de massa e cultura popular. O pesquisador Joseph M. Luyten complementa: “[...] julgamos conveniente destacar o termo *folkmidia* como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa” (LUYTEN, 2006, p. 47).

como formas de comunicação. Levando em consideração que a sociedade de massa opera através da indústria cultural, se julgou necessário avaliar as apropriações que a cultura de massa faz em relação à cultura popular, nascendo assim o conceito de folkmídia. “Ao se apropriar de elementos da cultura *folk*, os produtores da cultura de massa procedem a uma seleção e reprocessamento a fim de tornar tais elementos compatíveis com os padrões e o estilo vigente em seu meio” (BENJAMIN, 2006, p. 56).

Em entrevista à *Revista Internacional de Folkcomunicação*, o pesquisador Joseph Straubhaar comenta sobre a presença midiática nas manifestações populares, em especial nas músicas e festas, e afirma, quando perguntado se, apesar da interferência midiática, as manifestações continuariam sendo populares, responde “[...] o local não permanecerá intocado”, e argumenta que a música regional aliada à indústria midiática – fonográfica, no nosso caso – auxilia na industrialização regional do espaço em sociedade, como também auxilia os jovens na construção de uma identidade local, baseada nas práticas culturais passadas, mesmo que híbridas (FREIRE, 2011).

Assim como Lucena Filho (2007, p. 67), entendemos que “a *folkmídia* se propõe a investigar a presença de elementos da cultura popular na mídia de massa, e analisar a maneira como são utilizados”. Tomemos como exemplo dessas apropriações a série de 12 interprogramas, chamada *Cordel Ortográfico* – TV Brasil – no qual era apresentado, em formato de literatura de cordel, o novo acordo ortográfico. Elaborada por cordelistas, temas como acentuação gráfica e uso do hífen eram “cantados” por repentistas famosos como Chico de Assis, Antônio Queiroz e João Santana. A TV Brasil informa em seu website que “o objetivo é informar o telespectador e fazê-lo assimilar a norma estabelecida, de forma interessante e educativa”<sup>42</sup> e acrescenta sobre a escolha da literatura de cordel: “entrou nessa proposta, por sua característica lúdica e envolvente, permitindo uma linguagem poética, além de contribuir para a difusão das formas de expressão de um povo, presentes no Brasil”.

Convém mencionarmos, que o cenário em que o repentista atua – assim como o próprio repentista – reproduz o Nordeste brasileiro, com seu chapéu de couro, varal de cordel e panelas de barro nas prateleiras. A emissora de televisão, enquanto veículo de massa, soube se apropriar dos elementos da cultura popular, neste caso, a literatura de cordel, para promover com maior facilidade, a assimilação do público.

[...] para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a

<sup>42</sup> Disponível em <<http://tvbrasil.org.br/interprogramas/cordelortografico/>> Acesso em: 7 jan. 2012.

indústria cultural brasileira necessita retroalimentar-se continuamente na cultura popular. Muitos dos seus produtos típicos, principalmente no setor do entretenimento, resgatam símbolos populares, submetendo-os à padronização da fabricação massiva e seriada. Tais apropriações são mais comuns nos formatos ficcionais e musicais (MARQUES DE MELO, 2006, p. 23).

A *folk*mídia avalia como a mídia – veículos de massa – reinterpreta esses elementos da cultura popular e os envia ao público, investigando também sob a ótica da recepção, pois, “considerando o caráter hegemônico da cultura de massa, acabam tentados a reincorporar aqueles elementos com as características massivas introduzidas, de volta, em suas manifestações” (BENJAMIN, 2006, p. 56). É um processo constante de reinterpretação, de apropriações e de retroalimentação.

Como observa Marques de Melo (2008), essa “retroalimentação” ocorre com maior intensidade no âmbito ficcional e musical. Em relação à música, podemos notar em todos os gêneros as apropriações da indústria cultural, através da indústria fonográfica. Podemos observar o sertanejo com suas calças jeans coladas ao corpo, cintos com fivelas douradas e pendentes de tão pesadas, camisas com franjas e botas adornadas com esporas, cantando para o país inteiro, mesmo entendendo que pela dimensão e diversidade do povo brasileiro, nem todos fazem uso daquela indumentária.

Dirigindo nosso olhar ao forró eletrônico, objeto de nossa pesquisa, percebemos que a questão do vestuário não é o maior alvo de apropriações. O gibão e a sanfona permaneceram com Luiz Gonzaga e o seu baião. O forró eletrônico utiliza a linguagem do jovem urbano, que busca por um *status* social, evidenciado pela marca da bebida e potência do paredão automotivo.<sup>43</sup>

### 3.6 Forró: linguagem *folk*

Observando a teoria da folkcomunicação e o conceito de *folk*mídia para analisar as manifestações de apropriação da cultura popular, buscaremos identificar os elementos utilizados pelo forró eletrônico a fim de gerar identificação do público com o produto oferecido, produto este que entendemos como o modelo comportamental feminino. São utilizadas a linguagem, o cotidiano, o gestual, o vestuário e as posições socioeconômicas e culturais do público – incluído

---

<sup>43</sup> Sistema de som – instalado no porta-malas dos veículos – que possui grande potência e diversas caixas de som, que empilhadas dão a ideia de “parede”.

o feminino – e temas como alcoolismo, amor não correspondido e traição. “Modismos de linguagem verbal, gestual, do vestuário e outros marcam a presença da cultura de massa na cultura popular tradicional” (BENJAMIN, 2006, p. 54).

Ao analisarmos duas composições, ambas pertencentes ao gênero forró, percebemos o uso de variados elementos que buscam formar uma identidade no público. Compostas em épocas distintas, as temáticas variam, justamente devido a essa passagem de tempo, as mudanças na sociedade, inclusive no ambiente em que é produzida a canção. “Os temas das canções deixam de se referir a um sertão rural e idealizado, para se concentrarem em temáticas comuns ao cotidiano de uma população cada vez mais integrada à vida urbana, aos circuitos do mercado cultural de massas” (ALBUQUERQUE JR., 2010, p. 2).

[As canções eram] compostas em sua maioria por jovens que nasceram e se formaram nas cidades da região Nordeste, muitos deles nas capitais dos Estados, desligados de uma experiência rural ou sertaneja, que dava sentido e legitimava a produção da maioria dos cantores e artistas ligados ao chamado forró nordestino, tido desde Luís Gonzaga como a música regional por excelência (ALBUQUERQUE JR., 2010, p. 2).

Observemos as letras abaixo. Uma é *Asa Branca*, composta em 1947. A outra é *Agora eu sou estouro*, com lançamento em 2010.

### *Asa Branca*<sup>44</sup>

**Composição:** Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira

Quando oiei a terra ardendo  
 Qual a fogueira de São João  
 Eu perguntei a Deus do céu, ai  
 Por que tamanha judiação

Que braseiro, que fornaia  
 Nem um pé de prantação  
 Por farta d'água perdi meu gado  
 Morreu de sede meu alazão

---

<sup>44</sup> Disponível em: <<http://letras.terra.com.br/luiz-gonzaga/47081/>>. Acesso em: 23 nov. 2010.

Inté mesmo a asa branca  
Bateu asas do sertão  
“Intonce” eu disse adeus Rosinha  
Guarda contigo meu coração

Hoje longe muitas légua  
Numa triste solidão  
Espero a chuva cair de novo  
Pra mim vortar pro meu sertão

Quando o verde dos teus óio  
Se espanhar na prantação  
Eu te asseguro não chore não, viu  
Que eu vortarei, viu  
Meu coração

*Agora eu sou estouro*<sup>45</sup>

**Composição:** Autor desconhecido

Comprei um paredão e um cordão de ouro  
Agora eu sou estouro  
Agora eu sou estouro

Só wiskhy caro e perfume francês  
Agora é minha vez  
Agora é minha vez  
Tunei o meu caro com aro 19  
Comigo ninguém pode  
Comigo ninguém pode

---

<sup>45</sup> Disponível em: <<http://letras.terra.com.br/avioes-do-forro/1659933/>>. Acesso em: 23 nov. 2010.

Só pego a elite fazendo desmantelo  
 Se é pra farrear eu tô gastando o meu dinheiro  
 Chalala lala, chalala lala  
 Quando eu chego na balada  
 Eu boto logo é pra lascar

Chalala lala, chalala lala  
 Toca Avião no paredão  
 Que é pra galera balançar (2x)

A canção de Luiz Gonzaga nos remete ao universo rural. O discurso é a fala do sertanejo se referindo as festas juninas, a terra castigada pela seca, a montaria morta pela falta d'água e ao amor romântico por Rosinha, que espera a volta do amado, assim que a chuva voltar a cair. É um migrante nordestino, que conta a sua história, que pode ser a de muitos outros. Não há a presença de trocadilhos ou expressões eróticas, diferindo-se do gênero eletrônico, no qual as músicas, com conteúdo romântico, quando executadas, são acompanhadas por falas, suspiros, gritos e movimentos com teor sexual. A melodia e o timbre registram o discurso, que geralmente é acompanhado de um teor erótico (TROTТА, 2009, p. 3).

Observamos, na segunda composição, o discurso de *status* e de prestígio, a partir da ideia que *paredão* – sistema de som automotivo potente – e *cordão de ouro* – joias – sejam marcas de uma pessoa com boa posição socioeconômica, por serem objetos de alto valor aquisitivo, assim como o uso de perfume francês e a ingestão de *whisky*, notadamente mais caros e característicos da classe média. Ao expressar *Agora é minha vez* e *Agora eu sou estouro* denota que essa posição social foi alcançada, ou seja, ascendida e o *estouro* seria o sucesso. Ao sentenciar *Comigo ninguém pode* temos a fala de alguém que estava em outra classe social, e, agora, galgou para uma mais elevada e por isso tem mais regalias, luxos, carro *tunado* e consumo diferenciado. Denota também um discurso de superioridade – *Só pego a elite, fazendo desmantelo*.

Existem diversos elementos que compõem as canções. Algumas podem vir carregadas de erotismo, de brincadeiras ou de amor romântico. O que podemos notar é que alguns elementos estão mais presentes em alguns gêneros, possibilitando as classificações.

No forró eletrônico, observamos o erotismo não apenas no sentido de apelo sexual, através das letras das canções e dançarinas, mas também pela sensação de prazer que é transmitida ao público, através da festa, discutida no capítulo anterior.

Outro elemento presente é a “brincadeira”, sobre a qual Silverstone (2005) declara:

A cultura popular, portanto, sempre foi brincalhona. Ela pegou a regulação séria e muitas vezes opressora da condução da vida cotidiana, a regulação do Estado, pela religião ou pela comunidade, e a pôs de ponta-cabeça: o carnaval, os bacanais, o charivari. Os senhores da desordem governavam as fissuras no dominante, oferecendo ao oprimido rotineirizado a licença momentânea de brincadeira e exibição públicas. Em tais momentos e em tais espaços, expressos e marcados física e simbolicamente por limiares dentro da experiência, os indivíduos e grupos podiam suspender as regularidades do diário, encontrar prazer e, de uma maneira transcendente, brincar com as categorias e conceitos do mundo sobre os quais eles, de outro modo, não tinham nenhuma influência (SILVERSTONE, 2005, p. 119).

Aliada à experiência da festa e da ludicidade, está o uso das tecnologias para atrair público, como telões e gelo seco, gerando uma espetacularização nos shows. Quando falamos no consumo como elemento de identificação do gênero, nos referimos ao consumo da música como produto: CDs, *downloads* e, sobretudo, os shows.

O forró, tanto o eletrônico quanto as demais classificações, trabalha o senso de pertencimento, a ideia de identidade, utiliza signos da cultura, de grupos que pretende alcançar ou manter, dando a ideia de comunidade.

Como observamos no capítulo anterior, com os avanços tecnológicos, a indústria fonográfica vem passando por uma reestruturação nos seus modos de produção, difusão e apresentação da música como um produto midiático, uma música industrializada, produzida a partir de uma demanda desse novo mercado em expansão, feita para o consumo. Essa nova abordagem, que utiliza técnicas da indústria cultural, representa mudanças, tanto no campo social quanto econômico. O mercado fonográfico, no forró eletrônico, se apropria da cultura popular, na tentativa de estabelecer uma identidade e, assim, manter uma relação com o público.

No Nordeste, a identidade cultural é como algo situado no sentido orgânico, espontâneo, e com uma dimensão singular. Ela contribui para dar visibilidade às potencialidades culturais locais, expressas pela literatura, pelo teatro, pela música, pelo cinema, pelas danças, pelas comidas, pelas bebidas

e pelas festas populares, que lhe edificam as marcas do universo identitário (LUCENA FILHO, 2007, p. 51).

Essa reflexão de Lucena Filho (2007) nos remete à ideia de regionalismo, que se caracteriza por reunir características que formam a identidade de um local/região, como a cultura e a linguagem. O regionalismo busca algo que os torne parecidos, para estabelecer uma identidade regional, que tem como objetivo

[...] pensar os lugares, os territórios de onde nasce cada cultura, e, a partir daí, manifesta-se. Portanto, um grupo de mídia regional atua no processo de regionalização levando em conta as identidades, as características, as necessidades, os investimentos e possíveis desenvolvimentos (LIMA, 2010, p. 50).

Ao pensarmos no grupo de mídia, anteriormente mencionado, encontramos na *Rede Somzoom Sat* marcas dessa regionalização, atuando a partir de uma nova estrutura de mercado, novo ambiente social, marcado por discursos que se referem ao cotidiano do nordestino consumidor de forró eletrônico, mas que dessa vez se concentra nas cidades<sup>46</sup> e tem uma vida nos grandes centros, regada à uísque e energético.

Entendemos que o popular não significa tão somente o que provém do povo, mas sim o que é consumido por ele. O historiador e intelectual francês Michel de Certeau (1995), em seu livro *A cultura no plural*, nos fala dessa condição da cultura como um processo, um fluxo. Se é sabido que cultura é tudo que é especificamente humano, precisamos pensar o forró – sua construção – como cultura, não somente o forró de Luiz Gonzaga como o legítimo, pois, segundo acredita Certeau, a cultura deve ser pensada no plural, na mistura de significados, de imagens, e claro, de sons, incluindo, as manifestações musicais. O forró é plural, assim como a cultura brasileira, formada por influências de imigrantes europeus e africanos, e que vem se modificando ao longo dos anos, pois o homem produz, modifica e se constrói a partir do contato com demais culturas, afinal todos mantemos contatos culturais e participamos dessa fruição. Certeau acredita na cultura, não como algo singular, mas plural, dotada de significados vindos de outras manifestações culturais, mesclada, sem uma raiz genuína, pois as sociedades contemporâneas são multiétnicas e multiculturais.

---

<sup>46</sup> O IBGE registra que a população rural é de apenas 15,6%, enquanto que a urbana representa 84,4%.

Disponível em:

<[http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/default.php?cod1=0&cod2=&cod3=0&frm=urb\\_rur](http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/default.php?cod1=0&cod2=&cod3=0&frm=urb_rur)>.

Acesso em: 2 abr. 2012.

Em se tratando de vida social, a cultura (significação) está em toda parte. Todas as nossas ações, seja na esfera do trabalho, das relações conjugais, da produção econômica ou artística, do sexo, da religião, das formas de dominação e de solidariedade, tudo nas sociedades humanas é constituído segundo os códigos e convenções simbólicas a que denominamos “cultura”. (ARANTES, 1983, p. 34-35).

Partindo da premissa de cultura como expressão e fluxo contínuo de significados, o forró é uma forma de comunicação de um grupo de uma determinada época e que evidencia uma busca por *status* social diferenciado, a partir do uísque sendo consumido em detrimento da cachaça, dos carros “tunados” e do “perfume francês e cordão de ouro”. O forró como música popular, isto é, voltada para o povo, está entre os muitos gêneros que se apresentam nos centros urbanos. Nesse sentido, a música acaba sendo uma das formas de expressão, identidade e reconhecimento, e um de nossos papéis é pensarmos como estamos “lendo” essa cultura e em como ela representa os gêneros. Apesar de nos determos no gênero feminino, acabaremos por mencionar o masculino, pois um existe em função da existência do outro. O que iremos analisar no capítulo seguinte serão as composições de forró eletrônico, selecionadas a partir da coleta de dados, que dizem respeito a essa figura feminina presente no forró eletrônico: será que há uma igualdade entre os gêneros? A traição é sempre masculina? O amor romântico não aparece como temática?

Acreditamos que quando olhamos o outro, acabamos nos vendo e entendendo melhor a sociedade em que vivemos e a cultura na qual estamos fluindo, nos modificando e, sobretudo, tendo diversas significações produzidas. Nesse sentido, “a folkcomunicação adquire cada vez mais importância, pela sua natureza de instância mediadora entre cultura de massa e cultura popular” (MARQUES DE MELO, 2006, p. 23). Ela nos auxiliará em nossos apontamentos, nossas descobertas e nossas (in)conclusões.

## CAPÍTULO 4

### 4.1 Mulher: serviçal, donzela, bruxa e operária

Na Grécia Antiga, a mulher tinha a mesma posição do escravo, e a sua função era de reprodução, amamentação e criação dos filhos, além de trabalhos manuais. Era sugerido “[...] que viva sob uma estreita vigilância, veja o menor número de coisas possível, ouça o menor número de coisas possível, faça o menor número de perguntas possível” (XENOFONTE<sup>47</sup> *apud* ALVES; PITANGUY, 1981, p. 12). As atividades consideradas nobres eram masculinas, assim as mulheres acabaram por serem excluídas do saber e do conhecimento.

Em Roma, as mulheres se locomoviam a pé, não podiam usar o transporte público – somente os homens – enquanto que em sociedades tribais da época, como a Gália e Germânia, a mulher exercia funções de importância como de juíza da comunidade e tudo que o dizia respeito ao interesse da tribo. No início da Idade Média, nas cidades, o número de mulheres era superior ao dos homens, isso se devia ao fato dos homens terem sido enviados à guerra. Tinham que entender de finanças e administração para cuidarem da casa e dos bens enquanto os homens/maridos estavam fora. Exerciam atividades ditas masculinas, embora sempre recebessem salários menores que os dos homens (ALVES; PITANGUY, 1981).

A Idade Média marcou a mulher como a frágil donzela à espera do seu cavaleiro, que a salvaria de todos os perigos, que, como mulher, não seria capaz de vencer sozinha. Essa época também foi marcada pela “caça às bruxas”, iniciada pela Igreja Católica. Tal perseguição, de cunho religioso, fazia parte de ações da Inquisição<sup>48</sup>, e se caracterizava por vigiar, prender e condenar à morte pessoas que mantivessem contato com forças sobrenaturais. Tais práticas, geralmente advindas de outras religiões, eram vistas como demoníacas, e por isso necessitavam serem extintas, e com ela o praticante. Judeus e muçulmanos tiveram seus bens

---

<sup>47</sup> Natural de Atenas, soldado e escritor do século IV a.C, conhecido por escrever os discursos de Sócrates, de quem era discípulo, além de descrever o seu próprio tempo. Seus pensamentos eram baseados na sociedade ateniense – tradicionalista e aristocrática.

<sup>48</sup> Iniciada no século XIV, a Inquisição era um tribunal eclesiástico destinado a defender a fé católica: vigiava, perseguia e condenava aqueles que fossem suspeitos de praticar outras religiões. Exercia também uma severa vigilância sobre o comportamento moral dos fiéis e censurava toda a produção cultural bem como resistia fortemente a todas as inovações tecnológicas. Na verdade, a Igreja receava que as ideias inovadoras conduzissem os crentes à dúvida religiosa e à contestação da autoridade do Papa. Disponível em: <<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/seminario/galileu/inquisicao.html>>. Acesso em: 3 abr. 2012.

confiscados, acusados de heresia, bem como condenados à morte na fogueira, por ser o fogo, de acordo com a fé bíblica, um sinal de purificação de pecados.

A caça às bruxas incluía homens e mulheres, entretanto para cada 10 bruxas mortas, 01 bruxo era morto. Acusadas de promoverem terremotos, doenças, pestes nas colheitas, de serem feiticeiras, curandeiras e bruxas, eram torturadas e entregues à fogueira. “[...] a cidade de Genebra queimou, no ano de 1515, em apenas 3 meses, nada menos que 500 mulheres; na Alemanha, o Bispado Bamerg queima de uma só vez 600, e o de Wurtzburgo, 900. As confissões eram extraídas sob tortura” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 25).

A Igreja atribuía às mulheres a “maldição de Eva”, sugerindo que por terem levado o homem à queda e conseqüente separação de Deus, estariam amaldiçoadas pela eternidade e teriam contato com o demônio. Uma das acusações era de terem um sentido sobrenatural. “Esse conhecimento, desconhecido para os homens e, considerado superior, era temido e foi rapidamente associado a poderes sobrenaturais demoníacos, afirmava-se que as mulheres bruxas faziam sexo com o demônio e a menstruação era um sinal de maldição” (ALVES; PITANGUY, 1981).

Não eram somente os religiosos, a medicina e os intelectuais também viam as mulheres como diferentes e até certo ponto, misteriosas. Em 1772, em sua obra *Ensaio sobre o caráter: os costumes e o espírito das mulheres*, Antoine Léonard Thomas escreve: “Tudo as impressiona... forças desconhecidas lhes transmitem todas as impressões. O mundo real não lhes basta. Gostam de criar para si um mundo imaginário. Os espectros, as magias, os prodígios constituem sua obra e seu deleite... suas almas exaltam-se, e seu espírito está sempre mais próximo do entusiasmo” (THOMAS, 1991, p. 21-22). A mulher ideal destacada por Thomas deveria ser sensível e passiva, e que desabrocharia na religião, na maternidade e na fidelidade.

Apesar de ser vista como sexo inferior, na Idade Média, as mulheres exerciam, à época do Renascimento<sup>49</sup>, profissões tidas como essencialmente masculinas. Devido ao modelo capitalista, mulheres e crianças passam a ser utilizadas em fábricas, entretanto, o exercício de algumas profissões, como medicina e engenharia, continuava negado às mulheres. Também recebiam os salários menores aos dos homens, embora exercendo a mesma função, dizia-se que “as mulheres recebiam menos porque tinham quem as sustentasse” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 38).

---

<sup>49</sup> O Renascimento marca o fim da Idade Média e início da Idade Moderna, evidenciados na transição do feudalismo para o capitalismo. As maiores mudanças foram sentidas nas áreas: arte, filosofia e ciência.

Observando a história percebemos que as mulheres não se mantiveram passivas em relação ao *status* que haviam recebido da sociedade, e na metade do século XIX registramos que souberam se organizar, escreveram livros e iniciaram manifestos e campanhas, num movimento que ficou conhecido como *Feminismo*, e que, com o passar dos anos, foi adquirindo espaço na sociedade e promovendo debates variados sobre a condição da mulher, seja ela ligada à política ou à condição do gênero, propriamente dito.

#### **4.2 Feminismo: as facetas de um movimento**

O termo feminismo, nascido em meados do século XIX – vindo a ganhar destaque no século XX – é confuso até mesmo em sua definição. É movimento? É processo? Acreditamos serem ambos: o vemos como movimento por ser estruturado em torno de uma ideologia cuja temática era a mulher, e como processo por terem conquistado ao longo das décadas suas reivindicações. O feminismo se revela como um movimento em processo contínuo de discussões e direitos, defendidos pelas participantes, enquanto cidadãs e mulheres.

Inicialmente, surgiu como uma forma de combate à organização social, na qual a mulher era uma propriedade, do pai, do marido, e, quando viúva, dos filhos. Sem direitos políticos e acesso à educação recebida pelos homens, a mulher se viu impulsionada a requerer seus direitos de cidadã, independente do sexo, que considerado frágil, era destinado a servir em outra esfera social: o lar.

O feminismo busca repensar e recriar a identidade do sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados, onde as qualidades “femininas” ou “masculinas” sejam atributos do ser humano em sua globalidade. Que a afetividade, a emoção, a ternura possam aflorar sem constrangimento nos homens e serem vivenciados nas mulheres, como atributos não desvalorizados. Que as diferenças entre os sexos não se traduzam em relações de poder que permeiam a vida de homens e mulheres em todas as suas dimensões: no trabalho, na participação política, na esfera familiar etc. (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 9-10).

No século XVII, a religiosa americana Ann Hutchinson pregava a igualdade entre os gêneros, defendendo que se Deus criou o homem e a mulher, logo, são iguais. Foi condenada ao banimento em 1637, acusada de ter sido “mais marido do que esposa” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 30).

Essas manifestações se propagaram a partir de livros, escritos por mulheres, e baseados na obra *O que é feminismo*, de Branco Moreira. Alves e Jacqueline Pitanguy (1981) traçaram uma cronologia dessas publicações que, ao longo dos anos, discutiram trabalho, desigualdade e direitos da mulher:

**Olympe de Gouges** (1791): Feminista e revolucionária escreve *Os direitos da mulher cidadã*, falando da igualdade, inserção na vida política e social. Foi guilhotinada dois anos após a publicação, acusada de querer ser um homem do Estado e de ter esquecido as virtudes femininas.

**Mary Wollstonecraft** (1792): Escritora britânica lança a *Defesa dos direitos da mulher*, propondo igualdade na educação e afirmando que a inferioridade (a falta de conhecimento nas diversas áreas) da mulher vinha da educação que recebia.

**Jeanne Derooin** (1848): Operária francesa escreve o *Curso de direito social para as mulheres* chamando-as a se afirmarem como um sexo igual ao homem. Organizava reuniões com os operários (homens e mulheres) e quando foi presa sua autoria do movimento operário na França foi negada, pois acreditavam que, se descobrissem a autoria de uma mulher, o movimento seria desvalorizado.

Em 1848, tem início, nos EUA, a luta pelo sufrágio universal, que inicialmente reivindicava o direito ao voto de todos os homens adultos, a luta pelo sufrágio feminino foi incluída depois. O movimento sufragista não foi um movimento feminista, mas se caracterizou, em parte, pela luta do direito ao voto feminino, denunciando a exclusão da mulher da vida política, entretanto, recebe críticas por ter se preocupado apenas com a condição política – direito ao voto – esquecendo-se de promover debates sobre o papel de esposa e de mãe.

Apesar do enfoque do debate ser o direito ao voto, o movimento sufragista feminino pôs os direitos da mulher em pauta. Donas de casa e operárias reivindicavam seus direitos políticos. Registramos que em 1857, operárias da indústria têxtil (EUA) marcharam, no dia 08 de março, pela cidade de Nova Iorque protestando contra os baixos salários e pedindo uma jornada de trabalho de 12 horas. Foram combatidas pela polícia com violência, saíram feridas

e muitas foram presas. Passados 51 anos (1908), e no mesmo dia 08 de março<sup>50</sup>, em Nova Iorque, as operárias saem novamente às ruas denunciando condições degradantes de trabalho, exigindo direito ao voto e legislação protetora do trabalho do menor” (ALVES; PITANGUY, 1981).

No decorrer dos anos, as mulheres vinham obtendo parte de suas reivindicações: voto, educação e participação em diversos setores do mercado de trabalho e aos poucos tiveram sua cidadania reconhecida. Em 1940, há uma mudança no cenário do movimento feminista, além de protestar contra a condição da mulher como esposa, mãe, operária explorada e cidadã, surge uma nova abordagem sobre a questão feminina na sociedade. A filósofa e escritora francesa Simone de Beauvoir publica, em 1949, *O segundo sexo*, criticando as causas da desigualdade dos gêneros, afirmando serem essas desigualdades de caráter social e não biológica, e propondo novas estruturas de relacionamento entre homens e mulheres. A escritora denuncia as raízes culturais da desigualdade sexual. “A análise de Simone de Beauvoir constitui um marco, na medida em que delinea os fundamentos da reflexão feminista que ressurgirá a partir da década de 60” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 52).

O movimento feminista, antes debatendo a questão da mulher como propriedade da família e do marido, sem direito à mesma educação dada aos homens, explorada nas indústrias, depois através do sufragismo, reivindicando o direito à cidadania, aparece nos anos 60 discutindo as razões culturais da desigualdade.

[...] o movimento feminista, sobretudo, a partir dos meados do século XIX, foi o portador de vozes dissonantes da matriz hegemônica que predominou desde o mundo grego até a modernidade, ao resgatar a condição de exclusão e de inferioridade da mulher, não apenas como categoria estatística e socioeconômica, mas da condição de sujeito sócio-histórico e cidadão (BANDEIRA, 2000, p. 16).

No fim dos anos 60, a escritora americana Kate Millet, lança *Política sexual*, tratando da condição da mulher no patriarcalismo, que, segundo denunciava, estavam submissas à cultura, à lei, à religião e aos costumes. Na mesma década, a psicanalista britânica Juliet Mitchell, em sua obra *A condição da mulher*, afirma que a discriminação está relacionada

---

<sup>50</sup> A primeira vez em que se comemorou o Dia Internacional da Mulher foi nos EUA, em 28 de fevereiro de 1909, em memória das operárias nova iorquinas. Os anos se seguiram com comemorações alternadas: 19 de março de 1911(Suíça); 25 de março de 1911 (EUA) e 8 de março de 1911(Rússia). A data da Rússia acabou fixando a data no calendário mundial.

com a educação, função reprodutora e sexualidade, atribuídas à mulher (ALVES; PITANGUY, 1981).

O movimento feminista nos anos 60 buscava discutir e superar desigualdades sociais e formas de organização tradicionais (marido-esposa, homem-mulher, pai-filho) e, sobretudo, denunciar formas de opressão relacionadas ao gênero. Essas definições e, portanto, diferenciação de funções homem x mulher, eram vistas como uma forma do homem se manter no comando, como dominante político, econômico e sexual.

Tudo foi construído pelo homem, as bases religiosas, as leis e a política. A mulher não criava nada, não tinha papel na tomada de decisões, inclusive sobre a reprodução. Os homens ofereciam às mulheres cozinhas modernas, tecnologia avançada em eletrodomésticos, filhos saudáveis e, assim, esposos satisfeitos.

A chegada da pílula anticoncepcional, nos anos 60, trouxe mudanças na sociedade, alterando padrões de fertilidade: a mulher tinha agora o controle da natalidade. “Tu serás pai, se eu quiser, quando eu quiser” (BADINTER, 2005, p. 13). Além da liberdade sexual, iniciaram-se as discussões sobre o próprio corpo, sem a visão dele como mero objeto usado para a procriação.

O corpo da mulher, em princípio, a pedra angular de luta, centrou-se no controle da natalidade como condição de liberdade e rompimento do domínio do útero sobre o corpo feminino. A preocupação pélvica sempre pautou o núcleo do pensamento para a manutenção das desigualdades sociais em toda a história das mulheres, proporcionando uma visão míope sobre o corpo da mulher no contexto social, político e econômico (ARAÚJO; ALMEIDA, 2000, p. 108).

A pílula contraceptiva e logo após o dispositivo intrauterino (DIU) retiram da mulher a condição de esposa-mãe e a colocam como tomadora de decisões sobre si mesma, sobre o próprio corpo e do uso que irá fazer dele. Os homens perdem a segurança da paternidade e as mulheres não estão mais à mercê da natureza, do ciclo menstrual ou da vontade divina de “crescei-vos e multiplica-vos”.

Sexo era um tema tabu e ter orgasmo era algo que ocorria com umas pessoas privilegiadas, já que a maior parte das mulheres nem sabia o que era isso. O titular do prazer no relacionamento sexual era o homem, que agia movido apenas pelos seus desejos e necessidades. O desejo feminino não existia, e quando existia, devia ser reprimido. A mulher “fogosa”, sexualmente ativa e exigente era considerada como a “mulher da rua”, a prostituta. A mulher de

casa deveria ser santa, ou melhor, assexuada (GOLDENBERG; TOSCANO, 1992, p. 70).

Os homens tinham medo de que as mulheres, na descoberta da sexualidade, quisessem prazer com outros homens. Ora, as mulheres não podiam expor seus desejos sexuais aos homens, mas também não deviam reprimi-los. Mulheres casadas não podiam manifestar o desejo do sexo, mas também não podiam recusar quando os maridos manifestavam o dele: “[...] tradicionalmente, o vínculo entre o ato sexual e o casamento se estabelecia a partir e em função da necessidade de ter uma descendência. Esse fim procriador figurava dentre as razões para se casar; era ele que tornava necessárias as relações sexuais no casamento” (FOUCAULT, 1997, p. 35).

O feminismo alterou diversas esferas sociais, indo dos direitos de cidadania até o controle reprodutivo, buscando denunciar as formas de opressão sofridas pelas mulheres, por serem mulheres, inclusive em sua sexualidade. Em nossa pesquisa, não buscamos definir um conceito para o feminismo, mas acreditamos que “[...] esse termo traduz todo um processo que tem raízes no passado, que se constrói no cotidiano, e que não tem um ponto predeterminado de chegada” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 7).

No Brasil, o movimento feminista se expandiu lentamente, tendo como marco as discussões sobre o sufrágio feminino, levando assim as discussões para outras esferas da sociedade, que se manifestaram através de livros e movimentos organizados por mulheres.

#### **4.3 Brasil: movimento feminista e movimento de mulheres**

Com a chegada da família real portuguesa ao Brasil – 1808 – ocorreram mudanças no que diz respeito à mulher: passaram a sair de casa com maior frequência, a participar de bailes e saraus (acompanhadas dos pais), aprenderam a ler e escrever, a se comportar em público, e algumas exerciam profissões, como professora de crianças. Lembramos, porém, que essas mudanças diziam respeito à mulher pertencente à elite, pois para as demais famílias brasileiras, vigoravam as leis portuguesas.

[...] a situação da mulher brasileira era bastante precária. Sobretudo porque a família patriarcal se estabelecia segundo as “Ordenações de Portugal”, dando ao marido não só amplos poderes, mas ainda o cruel direito de castigar fisicamente sua mulher. Ademais, nas classes dominantes, a mulher era

confinada no interior da casa, sob as ordens de um marido (pai) distante e autoritário, rodeado de escravos e concubinas. Seu papel principal era o de reprodutora (BRANDÃO; BINGEMER, 1994, p. 76).

As discussões sobre o pensamento feminista são introduzidas no Brasil por Nísia Floresta<sup>51</sup>, que denunciou a opressão vivida pelas mulheres, a violência sofrida e o difícil acesso à educação. Escreveu, em 1835, o *Opúsculo Humanitário*, discutindo a educação dada às mulheres e acreditando que somente pela instrução as mulheres poderiam aspirar à independência e à dignidade pessoal. Nísia acreditava na educação como uma forma de mudança de condição, independente de sexo.

No Brasil, as escolas que surgiam direcionadas às meninas não visavam o ensino superior, mas continham disciplinas que ensinavam tarefas domésticas, educando a boa esposa e mãe dedicada. No Rio Grande do Norte, surge a *Escola Doméstica de Natal*, fundada em 1914, pelo poeta Henrique Castriciano, e baseada no modelo de educação doméstica europeu. Seu idealizador tinha como objetivo valorizar o dia a dia da família, através da atuação e integração feminina.

Para a escola, eram enviadas as mulheres – vindas de famílias de alto poder aquisitivo – que estavam prestes a se casar e que necessitavam aprender as tarefas domésticas, como gerir uma casa e educar os filhos. Identificamos um relato sobre o cotidiano das alunas àquela época, e, ainda segundo o relato, a escola ajudava a erguer o *nível mental* do sexo feminino.

Foi instruída a como cuidar de bebês, pintar, bordar, fazer contabilidade doméstica, a falar francês, recebeu noções de inglês e alemão, de história, aprendeu a fazer sorvete numa máquina com manivela, receitas sofisticadas de cozinha francesa, a receber pessoas importantes, a preparar uma mesa de jantar formal, como se punham os talheres, as taças, que bebidas servir, aprendeu a tocar piano, a se vestir adequadamente em cada ocasião, a se comportar de forma discreta e elegante e a dizer sempre palavras pensadas, entre outras habilidades consideradas femininas. Tinha de manter suas roupas bem dobradinhas e perfumadas, tudo organizado<sup>52</sup>.

Hoje, a *Escola Doméstica de Natal* faz parte de um complexo de ensino, que engloba o Colégio Henrique Castriciano e Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio

---

<sup>51</sup> Nísia Floresta Brasileira Augusta (1810 – 1885) nasceu no Rio Grande do Norte, no sítio Papari. Obras publicadas: *Conselho à minha filha* (1842), *Opúsculo Humanitário* (1835) e *A mulher* (1856) (PASSOS, 2000).

<sup>52</sup> Disponível em:

<<http://www.opovo.com.br/app/colunas/anamiranda/2011/12/03/noticiasanamiranda,2347609/escola-domestica-de-natal.shtml>>. Acesso em: 2 fev. 2012.

Grande do Norte – FARN. Segundo o website oficial da instituição<sup>53</sup>, “o modelo permanece até hoje, com as transformações exigidas pela evolução social”, entretanto na grade curricular, para o Ensino Fundamental II<sup>54</sup> consta a disciplina *Estágio de dona de casa e técnica culinária*, além de *Fundamentos da puericultura*, ligado à pediatria, correspondendo aos cuidados com o recém-nascido.

Apesar do papel desempenhado por Nísia Floresta, a disseminação do feminismo no Brasil se dá através dos ideais do movimento sufragista feminino, que denunciava a exclusão da mulher da esfera pública. No país, mesmo que timidamente, foram realizadas campanhas de mobilização da opinião pública, passeatas e abaixo-assinados.

A luta pelo voto feminino no Brasil não teve as características de movimento de massas, como ocorreu nos Estados Unidos e Inglaterra. Iniciou-se bem mais tarde, em 1910, quando a professora Deolinda Dalte funda, no Rio de Janeiro, o Partido Republicano Feminino, com o objetivo de ressuscitar no Congresso Nacional, o debate sobre o voto da mulher, que não havia sido retomado desde a Assembleia Constituinte de 1981 (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 47).

As discussões sobre o direito ao voto foram retomadas e, em 1928, o então governante do Rio Grande do Norte, Juvenal Lamartine, muda a legislação eleitoral estadual, permitindo que parte das mulheres brasileiras votasse. Embora se acredite que “tal fato deveu-se mais a um jogo de manipulação de interesse políticos locais, que manobrou o segmento feminino a seu favor, do que propriamente em responder aos anseios de cidadania das mulheres” (BANDEIRA, 2000, p. 23-24), o relevante é que, a partir do Rio Grande do Norte, as mulheres em todo o país passaram a requerer o alistamento eleitoral e, apesar de diversos debates jurídicos, o direito foi sendo alcançado em todo o país no ano de 1932.

Com o início da II Guerra Mundial (1939-1945), com os homens sendo enviados aos campos de batalha, é incentivada uma maior participação da mulher no mercado de trabalho. A valorização da mão de obra feminina ocorreu em todos os países envolvidos. A guerra termina, os homens retornam para ocupar seus cargos, agora ocupados por mulheres. Apesar de ganharem menos que os homens e terem jornada de trabalho extensa, “o aumento maciço

---

<sup>53</sup> Disponível em: <<http://www.escoladomestica.com.br>>. A escola recebe alunos a partir de um ano de idade até o Ensino Médio. No período que se estende até a educação infantil, as turmas se compõem de ambos os sexos – Colégio Henrique Castriçano – após esse período os pais podem optar pela matrícula na escola destinada somente às meninas. A grade curricular é a mesma para ambas as escolas, mas a partir do 6º ano são incorporadas as disciplinas que a diferencia como uma escola responsável por formar esposas e mães.

<sup>54</sup> Correspondente ao 6º, 7º, 8º e 9º. Essa grade curricular é oferecida como “parte diversificada” e corresponde a um total de 40h cada disciplina. Educação alimentar, música e ética e convívio social compõem a grade.

do número de mulheres nos locais de trabalho enfim lhes abria as portas para uma certa independência. A partir do momento em que se ganhava o próprio sustento e os dos filhos, podia-se deixar um homem a quem já não se suportava” (BADINTER, 2005, p. 13).

Mas as conquistas revelavam outro lado: com a participação no mercado de trabalho, vieram também a jornada dupla e o assédio sexual, além da responsabilidade pelas tarefas domésticas e o cuidado com os filhos. As operárias brasileiras sofriam com jornada de trabalho extensa e mal remunerada e com o assédio sexual, vindo tanto dos superiores quanto dos operários. No livro *Parque Industrial*<sup>55</sup>, a escritora feminista e comunista Patrícia Galvão, conhecida como *Pagu*, relata as condições de trabalho e maus-tratos sofridos pelas operárias, registrando a condição da mulher nas indústrias no início dos anos 30. A mulher passa a enfrentar nova luta, agora pelo direito à igualdade no local de trabalho.

O movimento feminista no Brasil foi sentido em maior intensidade a partir da década de 70, quando a ONU – Organização das Nações Unidas – decreta o ano de 1975 como o *Ano Internacional da Mulher*. Surgem vários grupos, em todo o país, em defesa dos direitos das mulheres, principalmente no Sudeste (Rio de Janeiro e São Paulo), e em seguida nas regiões Sul e Nordeste (FERREIRA, 2000).

Na mesma década, a socióloga Heleieth Saffioti publica, nascido de uma tese para a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras – UNESP –, a obra *A condição da mulher na sociedade de classes*, narrando a condição feminina no Brasil. Em 1937, o Estado Novo<sup>56</sup> proibiu manifestações populares e, a partir de 1945, com a democratização do país, mulheres foram incluídas em campanhas nacionais, como a da anistia, do petróleo e pela paz. Não eram atividades feministas. Mas, ao menos, evidenciavam a presença feminina na esfera pública. Em 1964, com o golpe militar e a instauração da ditadura, movimentos populares são reprimidos. As mulheres participaram de movimentos de oposição ao regime, e, em 1975, em São Paulo, foi fundado o *Movimento Feminino pela Anistia*, que, apesar de não ser feminista, influenciou a formação de grupos feministas (ALVES; PITANGUY, 1981).

---

<sup>55</sup> Publicado em 1933, sob o pseudônimo de Mara Lobo, é considerado o primeiro romance proletário da literatura brasileira, com tema, personagens e ambientação ligados à classe operária. O livro retrata da vida na fábrica e nos cortiços, abordando dramas do cotidiano, ligados ao amor, ao sexo e ao dinheiro. Disponível em: <<http://www.pagu.com.br/blog/obras-e-textos-pagu/parque-industrial/>>. Acesso em: 20 fev. 2012.

<sup>56</sup> Regime político, instaurado por Getúlio Vargas, que se baseava na centralização do poder, no autoritarismo, no nacionalismo e no anticomunismo. Uma das medidas tomadas pelo Estado Novo foi a extinção dos partidos políticos e fechamento do Congresso Nacional.

Em 1977, é instituído o divórcio<sup>57</sup>. Rachel de Queiroz é eleita a primeira mulher membro da Academia Brasileira de Letras. A lei da Anistia passa a vigorar e, em 1979, as mulheres exiladas retornam ao país, trazendo novas ideias, inclusive sobre o movimento feminista. Em 1981, a TV Globo lança, protagonizado por Regina Duarte, o seriado *Malu Mulher*, que tratava de questões ligadas ao universo feminino, principalmente na abordagem de tabus, como virgindade e aborto (SALES, 2000).

O feminismo, acusado pela Igreja e pelo Estado de destruir a família, foi ao longo dos anos, a partir das lutas descritas anteriormente, conquistando seu espaço, nos esportes, na política, na literatura etc. A emancipação feminina se iniciou através do voto, vindo depois a pílula anticoncepcional, a inserção no mercado de trabalho, a creche para os filhos, o plano de saúde e a licença maternidade. Essas conquistas não se deram somente através do feminismo, mas também através dos movimentos de mulheres. Em nossas leituras, observamos a preocupação dos autores, em sua maioria mulheres, em destacar a diferença entre feminismo e movimento de mulheres. Ilustramos essa distinção através da fala da pesquisadora Céli Pinto (2003, p. 43) sobre o movimento de mulheres:

Foram movimentos organizados não para pôr em xeque a condição de opressão da mulher, como no caso do feminismo, mas para, a partir da própria condição de dona de casa, esposa e mãe, intervir no mundo público. São exemplos dessas organizações os movimentos contra a carestia, os clubes de mães, o movimento pela anistia, entre muitos outros.

Enquanto que o feminismo é visto como uma doutrina, ligada aos ideais de igualdade de gênero, o movimento de mulheres é considerado movimento social, que apesar de ser organizado por mulheres, nem sempre gira em torno da ideologia feminista. Acreditamos que esse feminismo, iniciado nos anos 60 “significa reivindicar esses direitos sociais e assumir as responsabilidades que deles são decorrentes, não em busca de uma igualdade com o homem, mas respeitando-se as diferenças entre os dois gêneros” (GOLDENBERG; TOSCANO, 1992, p. 58).

Os discursos que giram em torno da igualdade dos gêneros devem ser pensados através das diferenças encontradas neles, observando que a questão não é discutir uma masculinização ou feminização da mulher, ou restringir o espaço dos homens. Acreditamos

---

<sup>57</sup> Emenda Constitucional Nº 9, de 28 de Dezembro de 1977 institui o divórcio no País. A lei Nº 6.515, de 26 de Dezembro de 1977 o tornou legítimo no Brasil.

que essa almejada convivência com igualdade repousa em considerarmos as diferenças do masculino e do feminino.

Em nossa pesquisa, tratamos dos gêneros: não apenas no sentido de enumerar características próprias de um em detrimento de outro, mas de buscarmos compreender como as relações de gênero constroem uma figura feminina em outro gênero: o musical. No forró eletrônico, que viemos descrevendo ao longo dos capítulos, buscaremos identificar a figura feminina construída a partir dos discursos encontrados em suas composições.

#### **4.4 Musical e feminino: um olhar sobre gêneros**

Falar em gênero significa falar em classificação: características que distinguem algo de outro, embora estejam inseridas no mesmo campo. “Gênero é um conceito relacional, ou seja, que vê um em relação ao outro” (FARIA; NOBRE, 1997, p. 30).

Observamos na música, que os gêneros são os mais variados, indo do sertanejo ao rock. A partir deles, vemos que existem outras classificações, como o sertanejo universitário ou o rock pop. O forró eletrônico, por exemplo, está dentro de gênero que abarca outras classificações: o forró.

O forró, manifestado no pé de serra ou no eletrônico, possui características próprias de uma música nascida no Nordeste brasileiro, mas que com o passar dos anos, com as transformações sociais, vai saindo do ambiente rural e adentrando no urbano. “A vertente eletrônica do forró caracteriza-se por imprimir uma atmosfera jovem e urbana ao gênero, utilizando como estratégia discursiva a apresentação explícita de temáticas sexuais” (TROTTA, 2009, p. 140).

Essa nova música urbana, direcionada aos jovens, passa a tratar de novas temáticas, incluindo os tabus, antes não mencionados nas canções – se mencionados, de forma a ficar subentendido – e que agora passam a fazer parte da programação das emissoras de rádio, do cotidiano em comunidade. Essas transformações se deram em campos variados, mas puderam ser notadas mais expressivamente nas relações homem x mulher. O gênero forró eletrônico está voltado ao universo no qual circulam as relações de afetividade, lúdicas e de erotismo, e para que essas temáticas circulem necessitam do feminino.

A classificação de gênero – masculino e feminino – muito debatida pelo feminismo refere-se às diferenças entre homens e mulheres, e não somente ao sexo. Se pensarmos no sexo apenas como feminino, concluímos que a condição de mulher é apenas um fator

biológico, quando na verdade, a ideia de gênero está ligada à construção social e cultural do masculino e do feminino, na qual “[...] papéis masculino e feminino não são um fator biológico, vindo da natureza, mas algo construído historicamente e que, portanto, pode ser modificado” (FARIA; NOBRE, 1997, p. 31).

Aprendemos a ser homens e mulheres, a nos comportarmos, a nos vestirmos, andarmos e expressarmos os sentimentos e emoções, a partir de uma construção cultural. Simone de Beauvoir afirma: “Ninguém nasce mulher, torna-se mulher” (BEAUVOIR, 1967, p. 9). A ideia de que o masculino é superior ao feminino, por ser um sexo frágil, e que a mulher tem um mundo seu, com seus interesses e qualidades próprios, é uma forma de dizer que “ela fique só dentro dele e não saia” (BUITONI, 2009, p. 29).

A consciência dos “gêneros” nasceu na Europa, nos anos 70, e inicia no Brasil o estudo do gênero (SARDENBERG; COSTA, 2000). O movimento feminista atuou no sentido de debater tabus como menstruação, reprodução, relações sexuais, controle de natalidade, menopausa, acreditando que com o conhecimento do próprio corpo, no sentido biológico e sexual, esses tabus podiam ser mais facilmente quebrados.

Como discutimos anteriormente, as lutas pela igualdade dos gêneros e inserção no mercado de trabalho fizeram com que outros significados fossem produzidos – principalmente no que diz respeito à sexualidade –, novas esferas de atuação, novas possibilidades se abriam às mulheres, mas não tiveram uma ampla ideia do que trariam essas novas conquistas. “A chegada da mulher no universo masculino é como uma “armadilha”: motivadas pela igualdade, aceitavam um modelo ideal, que era masculino, sem ter ideia do que isso viria a acarretar” (OLIVEIRA, 2000, p. 12).

A ideia corrente feminista era que a partir da conquista da igualdade dos gêneros, as mulheres passariam a gozar das mesmas condições dos homens. Contudo, observamos, até mesmo a partir dos protestos das operárias, que os resultados apesar de esperados, tiveram outras consequências, como jornada dupla de trabalho.

É inegável a importância das conquistas femininas, entretanto, houve um acúmulo de funções e o que antes era tido como atribuições femininas, continuaram sendo vistas como tal. Numa leitura atual sobre a condição da mulher, enumeramos alguns pontos que remetem ao papel feminino: 1) *Responsabilidade com o homem*: Quem nunca ouviu dizer de um homem com a roupa amarrotada: – Não tem mulher, não? E, quando crianças, a indagação é feita em relação à presença da mãe; 2) *Responsabilidade com os filhos*: Criação, saúde, alimentação, educação e acompanhamento escolar; 3) *Responsabilidade com a casa*: Não ligada diretamente à limpeza, mas à manutenção do bom funcionamento, como roupas limpas,

refeições pontuais; 4) *Responsabilidade com ela mesma*: Aqui nos deparamos com duas esferas: emocional e física. Estar sempre pronta a aconselhar, exprimir emoções com sensibilidade e sabedoria. Fisicamente é persuadida a estar de acordo com os padrões de beleza vigentes: nunca acima do peso, sem olheiras, vestida de acordo com a moda, unhas e cabelos impecáveis etc.

Todos esses discursos que elencamos se estabeleceram a partir de uma construção cultural, na qual foram produzidos sentidos, e que fazem circular valores, padrões de comportamentos e relações sociais (AYALA; AYALA, 2003). Reconhecendo o discurso como um diálogo, e que seus sentidos são produzidos a partir do lugar do sujeito, onde está inserido socialmente, compreendemos que “a chave dos significados não está, pois, nos meios de comunicação, mas na estrutura da sociedade que criou esses meios e que os tornou significantes: É a sociedade que significa” (BOSI, 1986, p. 49).

Assumimos que é socialmente que se constroem os sentidos e é onde as classificações de gêneros – tanto musical quanto feminino – são estabelecidas. Buscaremos analisar os discursos produzidos no forró eletrônico, identificando a figura feminina construída nas composições.

## CAPÍTULO 5

### 5.1 Discurso: transformações e significações

Convivência requer fala – independente de classe social ou etnia – que gera interações sociais, permitindo que um indivíduo se comunique com os demais e seja bem-sucedido em sua comunicação. Essas falas, ligadas ao universo cultural do falante, se constituem em discursos, que carregados de sentidos e com o passar dos anos, acabam por ganhar outros significados.

Ao nascer, o homem encontra, portanto, uma história em processo. É como se tomasse um trem numa determinada estação. Esse trem, que carrega a cultura, está vindo de muitas e muitas estações, já transportou milhões e milhões de pessoas entre as várias estações. São (e/ou foram) pessoas que realizaram juntas, um número incontável de ações, as quais se manifestaram numa pluralidade de significações que as palavras registraram em discursos (BACCEGA, 2007, p. 30-31).

Consideramos os discursos como produções verbais orais ou escritas, produzidas por várias pessoas dentro de uma sociedade. Os variados discursos, que circulam dentro de uma sociedade possuem diversas características. Queremos destacar, algumas delas, apontadas por Maingueneau (2004): 1) *É uma organização* além da frase, que embora não obtenha um conjunto de textos, como, por exemplo, no aviso “Proibido fumar”, no qual é dada uma informação completa; 2) *É orientado* por se construir em função de uma finalidade; 3) *É interativo*, visto ser marcado por uma interação entre parceiros, o discurso mobiliza pessoas para que ocorra; 4) *É contextualizado*, pois para que haja significação é necessário que sua produção seja baseada em contextos; 5) *É assumido* por um sujeito, pois sempre se remete a um sujeito que fala.

Com base nos apontamentos de Maingueneau, compreendemos o discurso como mobilizador, por promover a interação das pessoas que o utilizam. Essa interação vai além de um ajuntamento de frases, elas precisam significar algo, necessitam de coerência e contexto para que cumpra o seu papel na produção de sentidos, tanto dentro de um grupo, como de indivíduo para indivíduo. “Normalmente, é no cotidiano que se pode perceber o processo de mudança social, portanto de surgimentos de novos sentidos, ainda que às vezes lento” (BACCEGA, 2007, p. 33).

A importância do contexto na produção discursiva deve-se ao fato dele diminuir a ambiguidade, ajudando na compreensão, pois falas soltas não cumprem o papel da comunicação, não há decodificação de mensagem, pois “todo discurso, por assim dizer, faz ‘saber’” (LOZANO, 2002, p. 87). Para analisar os discursos é preciso que atentemos para as condições de produção, que não se estabelecem apenas no meio material, mas que são produzidas a partir das interpretações dos participantes do discurso (PÊCHEUX, 1983).

A coerência nos discursos, entendida como ausência de contradição (LOZANO, 2002) nos dá, ao mesmo tempo, o conceito do que seriam os subentendidos: discursos que às vezes são dados sem contextos, mesmo fazendo parte da vivência dos indivíduos, são vistos como “inferências tiradas do contexto” (MAINGUENEAU, 1998, p. 131). Como subentendidos podemos classificar a ironia e a paródia. Alguns discursos são dados em seu sentido literal, isto é, tentam expressar exatamente o que está dito, enquanto que no sentido indireto, o que é dito se refere a outro sentido, ou até mesmo é dito em outro tom, por exemplo, um discurso polêmico é anunciado em tom lúdico. Os subentendidos aparecem com frequência nos discursos com sentido indireto, assim como os pressupostos, que tanto podem emitir o dito, como o não dito.

Discurso é, sobretudo, uma ação dos sujeitos, e esses discursos, ao serem produzidos, vão ganhando significações de acordo com a sociedade em que são construídos.

[...] o sujeito é um indivíduo concreto, que se constitui na interação social. É esse o lugar de sua prática. É a partir daí que ele interage com o objeto do conhecimento. Essa interação vai se dá através da linguagem, sobretudo a verbal; através do aparelho conceptual que ele recebe pelo processo da educação; através do sistema de valores no qual ele se banha e que é fortemente marcado pela classe social e/ou pelo nível socioeconômico a que pertence. É a partir desse “lugar” que ele vê, que ele percebe (BACCEGA, 2007, p. 11-12).

Entendemos que, para que essas produções ganhem sentido, é necessário que haja uma interação social, obtida através do cotidiano e dos significados compartilhados dos indivíduos. Esses sentidos, presentes nos discursos “[...] são sistemas abertos, sempre em curso, moventes, que se produzem e se modificam em um determinado contexto histórico, social, econômico e cultural” (LUCENA FILHO, 2007, p. 106).

Segundo Baccega (2007), além de produzido, o discurso é visto e percebido pelo sujeito e essa reunião de discursos chamamos de *formação discursiva*. Nesta pesquisa, discutiremos a *formação discursiva* do fórró eletrônico em torno da construção de uma figura

feminina. Levaremos em consideração as temáticas presentes nas letras, as falas dirigidas às mulheres e as representações ligadas à figura feminina.

## 5.2 Os discursos *for all*

Baseado na pesquisa em folkcomunicação, o pesquisador José Marques de Melo inclui o forró em “festejos”, juntamente com o carnaval, festas cívicas, religiosas, juninas, micaretas, entre outras (MARQUES DE MELO, 2008). No capítulo 3, tratamos do forró eletrônico e da festa em si, mas ao analisarmos as composições, observando-as como expressão musical popular nordestina, percebemos que estão imbuídas de elementos *folk*, isto é, ligados a expressões culturais populares. As formações discursivas presentes no forró se caracterizam pelo uso da linguagem popular (MARQUES DE MELO, 1972). Quando utilizamos o termo popular, não estamos nos detendo às classificações de cultura, mas ao uso que se faz da linguagem, as apropriações da fala cotidiana para as músicas, incluindo termos que remetem a uma presença feminina, como gírias e provérbios populares, buscando uma aproximação com o público.

Quando fala a um novo interlocutor, a pessoa tenta sempre deliberada ou involuntariamente, alcançar um vocabulário comum: seja para agradar, ou simplesmente para ser compreendido ou, enfim, livrar-se dele, empregam-se os termos do destinatário. A propriedade privada no domínio da linguagem não existe: tudo é socializado (JAKOBSON, 2003, p. 15).

Essa socialização vinda através da linguagem, no forró eletrônico, é responsável por gerar empatia junto ao público, e Maingueneau (1998) chama esses grupos que produzem e administram certo tipo de discurso de comunidade discursiva. A partir do conceito de comunidade discursiva, iremos iniciar nossa análise nas composições. Em nossa coleta de dados, identificamos 18 composições – sendo 11 em 2009 e 07 em 2010<sup>58</sup> – que se mantiveram líderes nos pedidos dos ouvintes.

---

<sup>58</sup> Analisamos a frequência de pedidos por mês e algumas músicas se mantiveram na liderança por meses seguidos, explicando porque em 2010 temos 07 composições. Apesar de terem surgido outras músicas na concorrência da liderança, não chegaram a ser números expressivos.

**Tabela 2:** Relação das composições analisadas em 2009.

<b>Mês / 2009</b>	<b>Música</b>	<b>Banda/Intérprete</b>
Janeiro	<i>Mulher não trai</i>	<i>Aviões do Forró</i>
Fevereiro	<i>Menininha</i>	<i>Forró do Muído</i>
Março	<i>Beber e amar</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Abril	<i>Na onda da chapinha</i>	<i>Forró do Muído</i>
Maio	<i>Ice</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Junho	<i>Eu choro</i>	<i>Forró do Muído</i>
Julho	<i>Eu choro</i>	<i>Forró do Muído</i>
Agosto	<i>Cuidado</i>	<i>Forró do Muído</i>
Setembro	<i>Me acha</i>	<i>Aviões do Forró</i>
Outubro	<i>Amor de corpo e alma</i>	<i>Desejo de Menina</i>
Novembro	<i>Tô preocupado</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Dezembro	<i>Tá estourado</i>	<i>Calcinha Preta</i>

**Tabela 3:** Relação das composições analisadas em 2010.

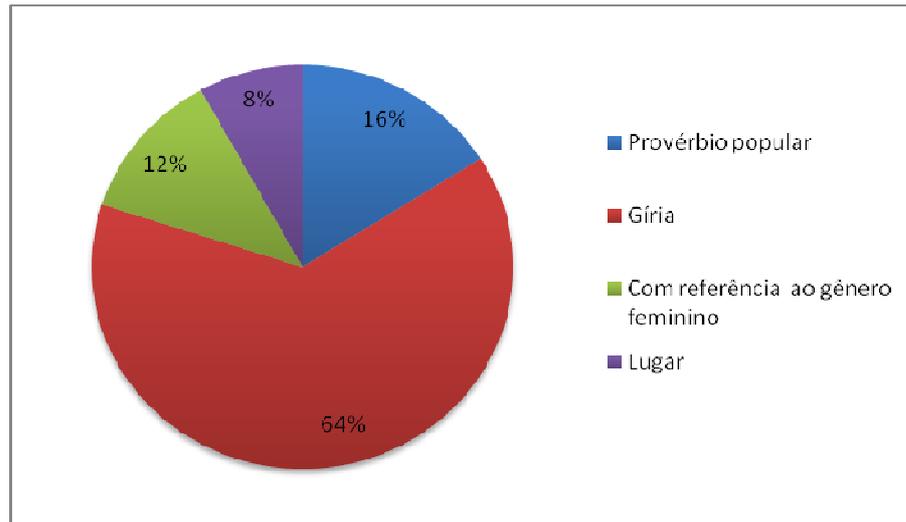
<b>Mês / 2010</b>	<b>Música</b>	<b>Banda/Intérprete</b>
Janeiro	<i>Fim de semana</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Fevereiro	<i>Pegadinha do inglês</i>	<i>Aviões do Forró</i>
Março	<i>Tentativas em vão</i>	<i>Garota Safada</i>
Abril	<i>Flash Back</i>	<i>Desejo de Menina</i>
Maio	<i>A casa caiu</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Junho	<i>A casa caiu</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Julho	<i>A casa caiu</i>	<i>Cavaleiros do Forró</i>
Agosto	<i>Escravo do amor</i>	<i>Garota Safada</i>
Setembro	<i>Escravo do amor</i>	<i>Garota Safada</i>
Outubro	<i>Escravo do amor</i>	<i>Garota Safada</i>
Novembro	<i>Escravo do amor</i>	<i>Garota Safada</i>
Dezembro	<i>Minha mulher não deixa não</i>	<i>Garota Safada</i>

Analisando a formação discursiva das composições, observamos a presença de variados elementos *folk*<sup>59</sup>, e os classificamos como provérbios populares, gírias, os que se referiam à mulher e os de lugar, isto é, que faziam alguma referência à localização geográfica, o que fazia com que apenas os moradores de certa região conseguissem contextualizar a canção. Das 18 composições relacionadas, identificamos em 09 delas, 25 elementos *folk*,

<sup>59</sup> A relação completa dos elementos *folk* encontra-se no Anexo A desta pesquisa. Iremos nos concentrar naqueles que dizem respeito à figura feminina.

destes, apenas 03 se referiam ao gênero feminino. São eles *danada*, *gata maneira* e *nega*, entretanto o termo popular *danada* não se refere a uma mulher adulta, mas é dirigido a uma criança, no sentido de sapeca. As expressões *gata maneira* e *nega* serão tratadas mais adiante.

**Gráfico 3:** Elementos *folk* encontrados nas composições de 2009 / 2010.



Quanto às temáticas, o forró eletrônico recebe diversas críticas, como fazer apologia ao alcoolismo, ao erotismo e colocar a mulher numa condição de submissa, traída e objeto sexual. No início de nossas pesquisas, as reações das pessoas, quando ouviam sobre as temáticas e a representação de uma mulher no forró, reafirmavam o mesmo discurso, algo parecido com o que ouvimos ao entrevistarmos o programador da rádio *96 FM*, Epitácio Faustino. Ele sintetiza o pensamento sobre o gênero eletrônico, afirmando que “o forró vive de traição, cachaça, mulher e som de carro”<sup>60</sup>.

Essas temáticas se desenvolvem a partir do ambiente urbano, no qual circula o forró eletrônico e, obviamente, seu público. Quanto às temáticas, o pesquisador Trotta comenta:

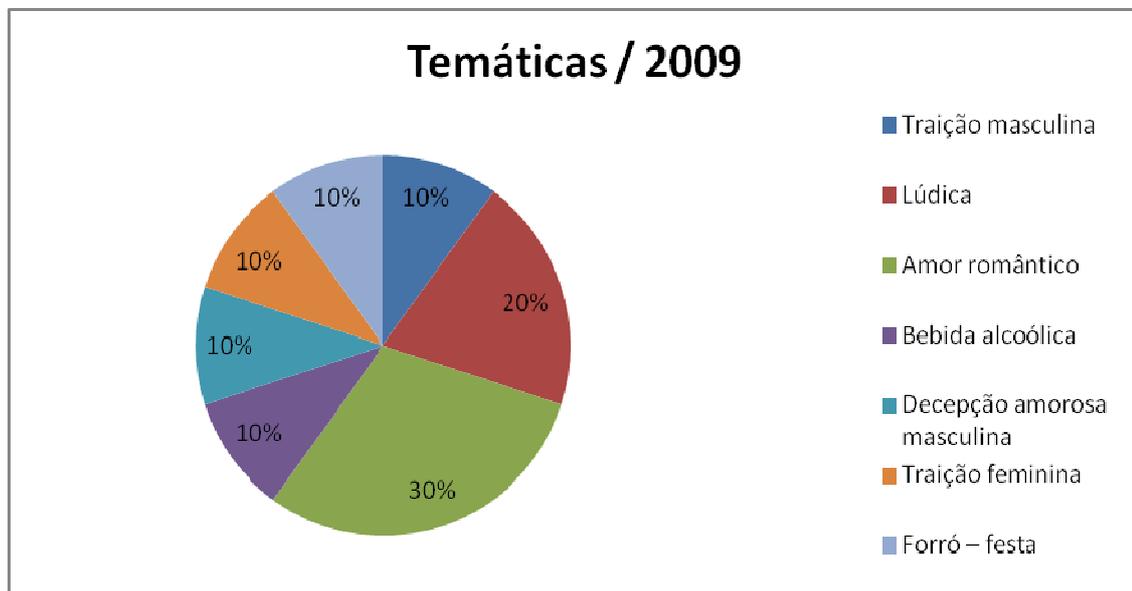
Assim, dança, festa, decepções amorosas, encontros sexuais (tantos aqueles ocorridos no interior de uma relação de um casal consolidado quanto os intencionalmente voláteis e eminentemente físicos, sem nenhum grau de afetividade) e bebida formam um conjunto de temáticas que constroem um

<sup>60</sup> Entrevista concedida à pesquisadora em 28/03/2011.

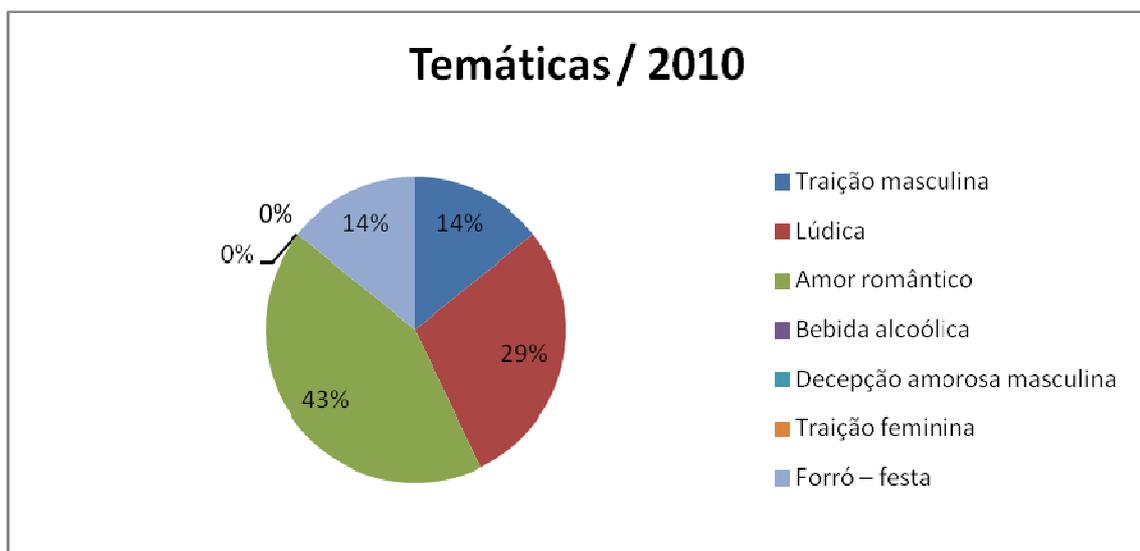
ambiente afetivo do forró eletrônico endereçado aos jovens da festa. (GOMES; TROTTA; LUSVARGHI, 2010, p. 53).

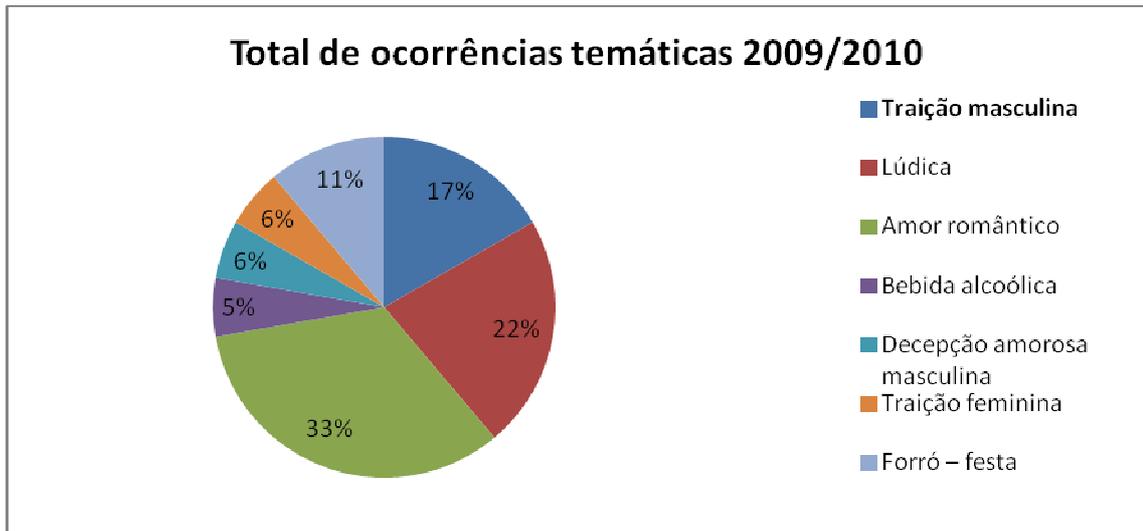
É inegável que as festas, as relações amorosas e a bebida alcoólica também constroem os discursos no forró eletrônico, entretanto, o que observamos nas composições selecionadas é que elas não foram as temáticas dominantes. Classificamos as composições que tratavam de traição masculina, lúdicas, amor romântico, bebida alcoólica, decepção amorosa masculina, traição feminina e forró, no sentido de festa.

**Gráfico 4:** Temáticas / 2009.



**Gráfico 5:** Temáticas / 2010.



**Gráfico 6:** Total de ocorrências temáticas 2009 / 2010.

Ao observarmos os gráficos, identificamos que em 2009 a temática principal do forró eletrônico – que liderava a audiência na rádio *96 FM* – era o amor romântico, seguido das temáticas em tom lúdico, representando as músicas em tom de brincadeira. A traição feminina e a masculina tem a mesma incidência, juntamente com a bebida alcoólica. Em 2010, o amor romântico se mantém na liderança, com quase 50% dos pedidos. Dessa vez, nem a bebida alcoólica, nem a traição feminina aparecem. Nos dois anos analisados, o amor romântico predominou como preferência do ouvinte da rádio citada, acompanhadas de temáticas ligadas ao forró como festa e em tom lúdico. A traição masculina esteve presente em ambos os anos, embora não tão expressiva quanto o amor romântico, temática pouco reconhecida como característica do gênero eletrônico. Registramos que não foram encontradas temáticas ligadas ao erotismo, duplo sentido e abertamente de cunho sexual.

### 5.3 Figura feminina: o lugar no forró

A música, através dos seus discursos gera uma identificação com o público, que se vê em determinadas canções, localizando trechos que mais parecem terem saídos da biografia do ouvinte. Nesse processo de identificação, nos deparamos com uma construção da figura feminina no forró eletrônico. Quais mulheres podem ser identificadas? A esposa traída ou a amante independente? Ou nenhuma?

Para compreendermos essas questões, é preciso que atentemos para as condições de produção dos discursos. Cantar sobre a esposa que espera o marido, que migrou para outra região em busca de emprego, não tem mais sentido no forró eletrônico, por essa mulher não ser mais a figura que marca a sociedade, ao menos, a urbana, onde se consome o gênero eletrônico.

Os significados sociais de que é próprio dos homens e das mulheres varia de sociedade para sociedade e podem ser totalmente diferenciados dependendo do projeto político, econômico e cultural que foi pensado para cada sociedade (FERREIRA, 2000, p. 70).

Observamos que essas relações, que exploravam temáticas ligadas ao rural, deixam de existir no forró eletrônico, gênero urbano, que canta a vida nas cidades, o cotidiano de jovens e os símbolos de *status* utilizados por eles. Não há mais a figura do sertanejo, do cavalo e do sertão, e assim como as mudanças se deram na paisagem, também ocorreram construção de uma figura feminina dentro do gênero e discursos que incluem novas relações homem x mulher.

A construção dos discursos consiste na maneira e na ordem em que os elementos ou eventos são combinados, arrumados ou rearrumados, para se constituírem e serem visibilizados na sociedade. Essa estruturação pode ser ampliada ou reduzida, segundo a percepção dos sistemas de conhecimento e crença dos intérpretes e dos pressupostos que orientam as relações sociais e as identidades, provocando diferentes interpretações (LUCENA FILHO, 2007, p. 112).

A partir da moral sexual que era instituída para cada sexo, percebemos as transformações ocorridas nas composições analisadas, pois enquanto que para o homem ter vida sexual com diversas parceiras era símbolo de virilidade, para as mulheres estava reservada a moral sexual da castidade e da repressão, comportamento contrário a esse seria considerado promíscuo e leviano.

Aos poucos, insinuou-se nas mentes a ideia de que o sexo feminino era realmente um santuário e de que só havia um tipo de sexualidade feminina. As chamadas liberadas, aquelas que davam tanta importância a uma boa transa quanto a uma boa refeição, tornaram-se exceções à regra. Eram tidas como mulheres virilizadas (BADINTER, 2005, p. 100).

A moral era para cada sexo. Enquanto que as ações dos homens eram justificadas por sua natureza masculina, as ações femininas eram de caráter amoral e criminoso. O homem, por exemplo, trai por instinto e a mulher por falta de virtude. Essa moral para cada sexo faz surgir rótulos, como a esposa imaculada ou a amante ferosa, ajudando no estabelecimento dos estereótipos que

não se limitam, portanto, a identificar categorias gerais de pessoas – contêm julgamento e pressupostos tácitos ou explícitos a respeito de seu comportamento, sua visão de mundo ou sua história. Embora possa variar em termos de virulência e apelo emocional, geralmente representam, expressam tensões e conflitos sociais subjacentes – o “português boçal”; o “irlandês rude”; o “oriental dissimulado”; o “argentino esnobe”; o “imigrante arruaceiro”; o “roqueiro drogado”, o “rebelde sem causa”; o “homossexual erotomaniaco”; o “intelectual afeminado”; o “índio preguiçoso” etc. (FREIRE FILHO, 2004, p. 47).

Esses estereótipos, criados a partir das diferenças dos gêneros, devem ser analisados a partir dessa moral sexual, na qual ser feminina acarreta problemas e o “não ser feminina significa ser vista de maneira distorcida como sapatão, lésbica, mal-amada, solteirona” (BRANDÃO; BINGEMER, 1994, p. 110).

A mídia contribui para a legitimação dos estereótipos de esposa virtuosa, mãe dedicada, amante ferosa e, erotizando a imagem de dançarinas, bailarinas, “os meios de comunicação de massa são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos” (FREIRE FILHO, 2004, p. 49).

Com o passar dos anos e as discussões sobre a igualdade dos gêneros se seguindo, podemos observar as mudanças, inclusive nos discursos que circulam nas músicas, em especial, no forró eletrônico. Nas composições analisadas<sup>61</sup>, identificamos as figuras femininas construídas no gênero forró eletrônico e as variações sofridas nos anos de 2009 e 2010, e como optamos também por classificar as composições em temáticas, nos foi aberta a possibilidade de analisar a quantidade de canções direcionadas ao público feminino e presença da mulher no vocal dos grupos/bandas. Acreditamos serem esses dados importantes, pois eles nos dizem a quem o forró fala, de quem fala e quem fala.

As bandas de forró eletrônico raramente se constituem de um vocalista, as duplas (homem-mulher; mulher-mulher e homem-homem) são mais comuns, até mesmo para gerar

---

<sup>61</sup> No Anexo B, em ordem alfabética por título, estão todas as composições analisadas.

uma rotatividade nos vocais, amenizando o cansaço, visto que a duração dos shows gira em torno de 3 horas seguidas.

Em 2009, a maioria das bandas era constituída por duplas (homem-mulher), com as composições dirigidas, em sua maioria, para o público feminino. Nas temáticas ligadas ao amor romântico, em apenas uma composição – *Amor de corpo e alma* – a figura feminina aparece como o objeto de desejo do homem e em toda a canção o homem pede o retorno do relacionamento, evidenciado no trecho *temos que dar uma chance para o coração / o amor está do nosso lado*. Identificamos como temática romântica a canção *Beber e amar*, que narra a história de um casal, que separado por brigas, relembram os momentos juntos. Selecionamos o trecho que nos dá a ideia das novas relações homem x mulher, pois, dizem eles, relembram com saudade *A gente bebendo na mesa de um bar / O nosso ditado amor não esqueça / Beber e amar que o mundo vai se acabar*. Observamos um novo cenário romântico sendo estabelecido, pois os quadros românticos que comumente se destacam são paisagens, onde se incluem o mar, a brisa e o luar. No forró eletrônico, o casal sai junto para ingerir bebida alcoólica, e, como dizem ser um ditado deles, *beber e amar*, acreditamos ser comum a situação do casal saindo para o bar. A canção *Cuidado*, apesar de falar sobre o amor romântico, é cantada por dupla feminina e direcionada ao público feminino, retratando uma mulher dependente do amor do parceiro, que implora pelo cuidado, pedindo que não a abandone.

A temática relacionada ao uso de bebida alcoólica possui referências diretas ao comportamento feminino no período analisado. A composição *Ice*<sup>62</sup>, interpretada por dois homens e direcionada ao público feminino, é uma oferta de dois tipos de bebida alcoólica a mulheres, que, ao aceitarem, caem bêbadas. Utilizando o termo em inglês *because* (porque) eles explicam que *Uma Ice só, não vai embebedar ninguém / Vem dançar forró com Cavaleiros também / Elas gostam mais de Ice because uísque elas caem*. Essas referências ao comportamento feminino são baseadas numa cultura urbana na qual as mulheres consomem bebida alcoólica, assim como os homens, e caem bêbadas assim como eles. “O que está em jogo na batalha travada atualmente é fundamental: trata-se de nada menos do que a redefinição das relações entre homens e mulheres e de suas liberdades recíprocas” (BADINTER, 2005, p. 102).

Essa nova postura comportamental, novos papéis homem x mulher, se evidencia através das canções *Mulher não trai* e *Tô preocupado*. Em ambas, a traição não é declarada

---

<sup>62</sup> É uma referência direta à marca de vodka *Smirnoff* Vodka. Além dessa, é citada a marca de uísque Red Label.

abertamente, ficando subentendida através de mudanças na relação. Em *Mulher não trai*, a canção é interpretada por uma vocalista e direcionada aos homens. Em uma das falas de abertura, a vocalista diz *Se liga aí, macharada!*. A canção é um protesto da mulher e provavelmente, esposa, que vive à espera do marido em casa, ouvindo dele o que fazer, enquanto, segundo diz a letra, vê suas amigas se desfazendo enquanto ele se diverte e zomba dela, inclusive do amor dedicado a ele. O refrão diz *Mulher não trai, mulher se vinga / Mulher cansou de ser traída*, e continua noutro momento com *Escuta meu bem / Eu não fico atrás / Entre um homem e uma mulher / Os direitos são iguais / Eu bato de frente É dente por dente, é olho por olho*. A presença do elemento *folk*, em forma de provérbio popular – *é dente por dente, é olho por olho* – nos dá a entender que houve uma mudança de comportamento em relação ao homem, mas não é dito que há traição, e se houver, será considerada vingança. A mulher não toma para si o título de traidora em nenhum momento da canção.

Na composição *Tô preocupado* o discurso não é direcionado a um público específico. Interpretada por um homem, narra a preocupação com as mudanças comportamentais da companheira, pontuando o antes e o depois das ações: a mulher ciumenta, que antes era quem se preocupava com a relação e ligava constantemente pedindo para ser valorizada, agora sai para destinos desconhecidos do homem, voltando durante a madrugada e com um telefone que toca constantemente. Na canção, o homem pergunta onde está o amor a ele dedicado, justificando com *Acho melhor me dar uma explicação / Me tira dessa dúvida / Que eu ando meio louco enciumado / Não dá pra entender / Quando eu te ligo / O telefone é sempre ocupado*. A esses questionamentos, o homem ouve como resposta que as suspeitas são imaginação.

A temática traição masculina – *Eu choro* – está relacionada também ao amor romântico. A mulher, mesmo traída, deseja a volta do parceiro e culpa a amante pelo término do seu relacionamento – *Se não fosse essa mulher / você estaria aqui / me amando até o final*. Interpretada por duas mulheres e direcionada aos homens, é uma figura feminina que se anula, e, aos gritos, pede o retorno da relação – *Você me magoou desfez / os sonhos meus / Eu te pedi a gritos / volta aqui amor* – embora traída e magoada. A canção *Eu choro* liderou os pedidos dos ouvintes por dois meses seguidos.

Em *Me acha*, interpretada por um homem, a canção fala de uma decepção amorosa masculina, nos é apresentada uma mulher que despreza um homem voluntariamente e é feliz com isso. Os trechos seguem com o lamento masculino de abandono – *Me desprezar me fez sofrer / te faz feliz, mas eu te digo / Aqui se faz, aqui se paga / Tudo que plantar vai colher* – e ao fim, é descrita uma mudança na situação: a mulher que o desprezou, pede o retorno, ao que

o homem afirma *quando eu te queria / você não me quis / Agora só me quer / porque me viu feliz*. Não sabemos se o que foi visto pelo homem em *Me acha* como uma atitude de desprezo representou apenas a recusa feminina de um parceiro.

A última canção analisada referente ao ano de 2009 tem o forró-festa como temática principal. Como explicamos anteriormente, o termo *estourado* está relacionado ao sucesso de uma banda/música de forró eletrônico. A composição *Tá estourado* enumera os elementos que, compondo as letras, são capazes de gerar sucesso. São tratados em várias esferas, como a de *status social* – dinheiro, paredão (automotivo) e exibição na televisão – identificação do público – fã clube, cabaré<sup>63</sup>, cachaceiro, povão – e referência à figura feminina – *periguete*.

O termo *periguete*<sup>64</sup>, numa alusão à mulher perigosa, está ligado tanto ao comportamento quanto à aparência física, e apresenta significados distintos a partir da visão de casa sexo. Na visão masculina, a *periguete* é uma mulher desinibida sexualmente, que se veste com sensualidade, enquanto que a visão feminina a toma como uma rival direta, pois creem as mulheres que a *periguete* se insinua para todos os homens. Acreditamos que o termo *periguete* surgiu em substituição ao termo *rapariga*, presente no linguajar nordestino, usado para designar prostitutas e amantes de homens casados. Designamos alguns significados a partir do conhecimento da linguagem regional, algumas palavras caem em desuso, outras são substituídas. No caso do termo *rapariga*, no início de nossa coleta de dados, acreditávamos que a palavra iria surgir diversas vezes, entretanto, acabamos por registrar o aparecimento e incorporação de um novo termo – *periguete* – possuidor de diversos significados.

O movimento que resulta na constituição de uma nova palavra, a transformação de um sentido, a construção de novas expressões só se tornam lícitos e assumidos pelo grupo se já existiam virtualmente na tradição cultural, se forem resultado de determinadas circunstâncias histórico-sociais (BACCEGA, 2007, p. 45).

É corrente se afirmar que o forró eletrônico utiliza o erotismo em demasia, e embora nossa análise tenha revelado baixa predominância de elementos que remetessem ao erotismo e apelo sexual, citamos uma ocorrência, presente na composição *Tá estourado*, na qual o trecho

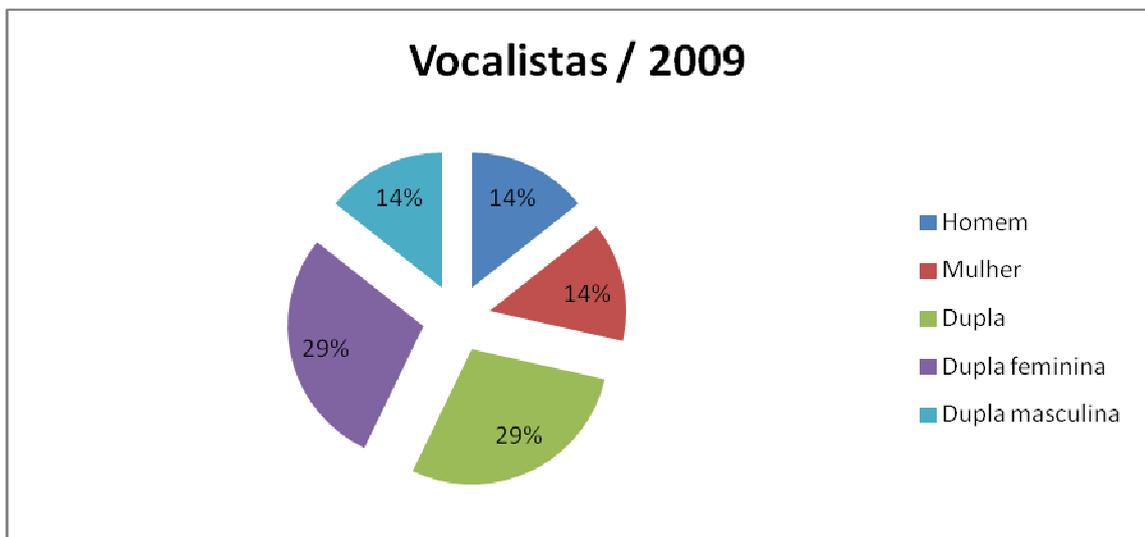
<sup>63</sup> Do francês *cabaret* é um local destinado a shows com mulheres e no Nordeste designa prostíbulos. Atualmente, o termo também é aplicado a uma situação confusa, desorganizada.

<sup>64</sup> A expressão *periguete* surgiu da união das palavras *perigosa* e *girl* (do inglês, garota) a pronúncia foi adaptada para *periguete*. O termo foi incorporado à última versão do dicionário *Aurélio* como “moça ou mulher que, não tendo namorado, demonstra interesse por qualquer um”. Matéria publicada em 03/09/2011. Disponível em: <<http://www.ibahia.com/detalhe/noticia/piriguete-agora-e-chique-e-virou-termo-de-dicionario>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

*Pegou, ficou e madeirou* indica que se obtém sucesso no forró tratando de relações sexuais, onde *pegar* e *ficar* significam a conquista do outro, e *madeirou* é uma alusão ao ato sexual, em que madeira dá ideia de símbolo fálico. Nas demais composições, não identificamos apelo sexual dessa natureza.

A figura feminina, nas composições de 2009, deixou subentendido que traía, se embriagava – com o parceiro e até cair com uísque –, que era amada pelo homem, mas que também o recusava, que culpava a amante pelo fim da relação, e, mesmo consciente da traição e do sofrimento, deseja o homem de volta. A partir dessas composições, também nos pareceu que presença da figura da *perigete* pode alavancar o sucesso de uma composição/banda.

**Gráfico 7:** Vocalistas / 2009.



**Gráfico 8:** Fala direcionada / 2009.



Em 2010, tivemos um número menor de composições analisadas, pois duas se mantiveram por meses seguidos: a canção *A casa caiu*, cuja temática é a traição masculina, liderou a audiência nos meses de maio, junho e julho, enquanto que *Escravo do amor*, com o amor romântico como temática, se manteve líder nos meses de agosto, setembro, novembro e dezembro.

O ano se inicia com a temática forró-festa liderando o pedido dos ouvintes. A canção *Fim de semana*, interpretada por dois homens e direcionada ao público em geral, narra um fim de semana, regado a álcool e som de paredão (automotivo). A referência ligada à figura feminina está no trecho *Ei! Chegou mais um fim de semana / Lá vou eu! / De carro e montado na grana / Uísque importado e eu / Tô arruado de gata maneira*. Enumerando elementos de ordem material, como o carro e o uísque, está o termo *gata maneira*, que entendemos como mulheres que satisfazem os desejos masculinos, ligados à beleza e ao sexo. A figura feminina é colocada no mesmo patamar de objetos de consumo do homem. “A dominação masculina repousa no poder dos homens de tratar as mulheres como objetos sexuais” (BADINTER, 2005, p. 24). Assim como nos anúncios publicitários, as composições musicais também acabam por disseminar a mulher como objeto de consumo, em especial, o seu corpo, vazio de personalidade. O movimento feminista nos anos 60, discutido anteriormente, denunciava a manipulação do corpo feminino, mas não apenas no que se referia à violência e agressões físicas, mas também no que o “coisificava”, transformando em um objeto de consumo (MARZANO-PARISOLI, 2004, p. 60).

As canções analisadas em 2010 estiveram ligadas ao amor romântico em sua maioria, seguidas pelas temáticas lúdicas – identificadas também em 2009 –, responsáveis por darem o tom de brincadeira em ambos os públicos – masculino e feminino – sem necessariamente, se referir às mulheres. Esse tipo de temática se faz necessária porque “certas manifestações culturais respondem a necessidades de expressão humanas diversas, quase atemporais, como o grotesco, a comicidade, a inversão simbólica, a caricaturização do real etc.” (CARVALHO, 1992, p. 33).

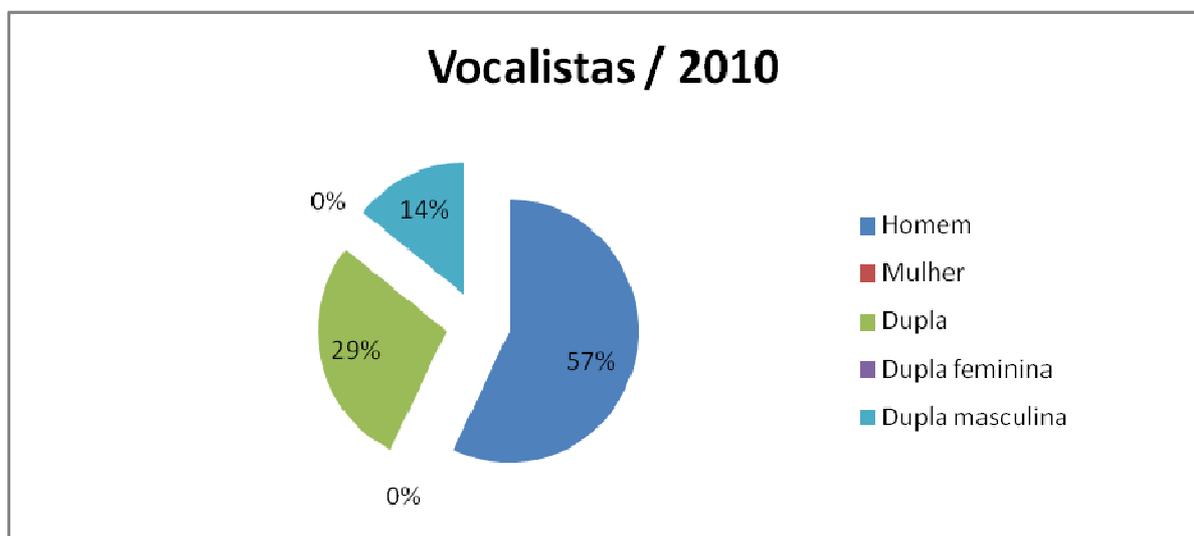
Com a temática amor romântico, as canções *Tentativas em vão* e *Flash back*, cantadas por homens e com o discurso dirigido ao público feminino, retratam uma figura feminina desejada, onde, na presença dela, o homem se sente um *moleque* tamanha a jovialidade que a paixão desperta. Nessas canções são atribuídos termos que constroem uma mulher a quem se dedica paixão, amor e que a ideia de tirá-la do coração é *Igual querer viver sem respirar*. Líder consecutivo por quatro meses – de agosto a novembro – *Escravo do amor* não destaca

uma figura feminina através de termos específicos. A composição fala do amor como um sentimento abstrato, comum aos dois gêneros.

A composição *A casa caiu*, que liderou a audiência por três meses seguidos, narra a traição masculina. Interpretada por um casal de vocalistas (homem/mulher), é dirigida ao público em geral e conta sobre o homem que está em casa e que, ao receber um telefonema *das nega*, com o convite para uma festa, recebe a interferência da mulher, identificada como esposa, desconfiada do motivo da ligação. Vemos duas figuras femininas, *a nega* (perigete) e a *mulher* (esposa) e identificamos a moral presente, a que vive em casa e a que o envolve nos prazeres sexuais. “Se os homens precisam de mulheres ‘honestas’ para o casamento e os filhos, têm que existir as ‘outras’ para o livre desfrute da sexualidade sem responsabilidade, só para o prazer” (FARIA; NOBRE, 1997, p. 16-17).

Durante a interpretação musical, um dos vocalistas exclama *O homem que ama a sua mulher, sai com a dos outros pra não gastar a dele*. Vemos novamente o corpo como objeto, pois a referência a gasto, ligado a desgaste pelo uso, é atribuída a bens materiais. Em nossa análise observamos que em 2010, apesar de o amor romântico predominar como temática principal, surgiram termos como *perigete* e referências à mulher como mero objeto sexual, um corpo desprovido de ser, se apresentando como amante e esposa. Em nossa pesquisa não buscamos vitimizar o gênero feminino, mas buscamos lançar uma reflexão sobre a construção da figura feminina no forró eletrônico, enumerando os termos que se referem diretamente a essa mulher, presente no forró eletrônico, que surge em forma de *perigete* e esposa ciumenta, retratada em um gênero musical assumidamente urbano.

**Gráfico 9:** Vocalistas / 2010.



**Gráfico 10:** Fala direcionada / 2010.

A música, presente nos mais variados âmbitos, integra-se ao cotidiano social, tornando-se referência, construindo memória e demarcando períodos da sociedade, em suas diferentes manifestações, expressando valores morais, éticos e religiosos. Os grupos compartilham símbolos, valores, pensamentos e visões de mundo, para isso contam com a bagagem cultural, adquirida no ambiente familiar, escolar e em sociedade. Essas trocas produzem sentidos variados, pois o discurso tem múltiplas interpretações.

Em relação às músicas, é necessário identificar a condição de produção – em que contexto foi produzido o discurso – e perceber como essas composições estão sendo exploradas pelo forró eletrônico, e, num contexto midiático, observar como os significados estão sendo produzidos na sociedade e refletindo quais as significações possíveis que se encontram nesses discursos.

Não são apenas as palavras e as construções, o estilo, o tom que significam. Há aí um espaço social que significa. O lugar social do falante e do ouvinte, o lugar social da produção do texto, a forma de distribuição do texto, o valor da revista como parte do mecanismo da indústria cultural, tudo isso significa (ORLANDI, 1996, p. 55).

O lugar que um indivíduo ocupa socialmente – no nosso caso, o adepto do forró eletrônico – determina a leitura que ele faz da música e dos diversos sentidos produzidos a partir do consumo. Compreendemos que as relações de poder não giram somente em torno do gênero, mas nas classes sociais, na raça e nas etnias. Para nossa pesquisa, optamos por retratar essa figura feminina do forró eletrônico, que para nossa surpresa, mostrou-se sob diversas formas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A música composta por uma multiplicidade de discursos, que aliados à indústria cultural e à cultura popular, penetram em diversos grupos e produzem variados sentidos. As expressões musicais ao longo dos anos vêm se transformando e se apresentando na sociedade sob variadas formas, que vão de festas regionais a shows em metrópoles.

São essas práticas do passado que chegam ao presente, com suas diversidades nacionais, regionais e locais, de significados, de referências e de desdobramentos em processos culturais de apropriações e incorporações de novos valores simbólicos que vão construindo outras identidades (TRIGUEIRO, 2007, p. 107).

Entendemos que a música não apresenta o mesmo significado para todos que a escutam. Cada ouvinte usará sua imaginação, seus valores familiares, suas lembranças, crenças e emotividades para dar a ela uma interpretação, um significado. Por isso, ela terá vários efeitos em comunidades variadas, pois comporta diversas identidades, que se transformam e se constroem com o passar dos anos, a partir do cotidiano, das vivências e das representações sociais. Ao analisarmos os sentidos produzidos através dos discursos nas letras de forró eletrônico, levamos em consideração que “a linguagem supõe sempre a existência de indivíduos socialmente organizados. São eles que vão fazer um ‘contrato’ entre eles e instituir significados” (BACCEGA, 2007, p. 31).

Esses significados, produzidos a partir da experiência musical, da identificação com as composições e da experiência da festa, auxiliam na construção da identidade social do indivíduo, visto que se forma ao longo da vida do sujeito. “A identidade é uma construção social, e não um dado acabado” (LUCENA FILHO, 2007, p. 52), além de ser diversa e mutável, se construindo a partir do ambiente social em que está inserido.

As definições de gênero masculino e feminino, seguidas do que as diferencia e do que as aproxima, se dão a partir dessas identidades, pois ocorrem na construção social. O que é comum às mulheres, o que está mais ligado aos homens, o que é considerado natural de cada sexo são diferenciações que acabam sedimentando a divisão dos gêneros. Compreendemos a igualdade dos gêneros a partir das diferenças existentes e não porque características tais tornem um superior ao outro. O gênero é uma construção social, em que, culturalmente, por exemplo, a mulher que não consumia bebida alcoólica em público, hoje bebe com o parceiro numa mesa de bar, e ainda tem essa situação como marca de cenário amoroso. O homem que

não admitia ser traído, agora passa a cantar nas canções a dor dessa decepção. Os papéis perdem o caráter de gênero e passam a pertencer ao ser humano, independente de ser homem ou mulher, o estereótipo do mulherengo viril e da amante fogosa passam a valer para os dois gêneros, a mulher passa a ser responsável por seu prazer e sua sexualidade e o homem se entrega ao sentimento doloroso da paixão, que pode vir acompanhado de choro e lágrimas.

Em nossos apontamentos, buscamos lançar novos olhares sobre a representação da mulher no forró eletrônico, levando em consideração as características do gênero musical, seu local de produção, seu produto – música – e para quem era produzida. Em relação ao gênero feminino, iniciamos as discussões sobre a ideia de masculino e feminino e em como foi se formando socialmente essas classificações, a partir de uma construção social, em que a cultura “[...] constitui os diversos núcleos de identidade dos vários agrupamentos humanos, ao mesmo tempo em que, os diferencia uns dos outros. Pertencer a um grupo social implica, basicamente, em compartilhar um modo específico de comportar-se em relação aos outros homens e à natureza” (ARANTES, 1983, p. 26).

Salientamos que, ao analisar o discurso das composições do forró eletrônico, nos detivemos nos termos que remetiam a uma figura feminina, seja evidenciando seu comportamento ou a retratando numa determinada situação. Buscamos interpretar os termos a partir do conhecimento da linguagem usada e das representações sociais do sujeito, por isso nossa escolha metodológica incluía a análise do discurso como técnica, pois ela insere o sujeito no discurso (ORLANDI, 2005), não se detendo somente ao estudo no âmbito gramatical. A partir desses apontamentos, convém destacar que a

Análise de Discurso não trabalha com a língua enquanto um sistema abstrato, mas com a língua no mundo, com maneiras de significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas, seja enquanto sujeitos, seja enquanto membros de uma determinada forma de sociedade (ORLANDI, 2005, p. 15-16).

Nossos apontamentos foram amparados pelos discursos – que continham sujeitos – e que circulavam em uma sociedade, por consideramos que “as palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que, no entanto, significam em nós e para nós” (ORLANDI, 2005, p. 20).

Embora tenhamos identificado transformações no modo como são tratados os gêneros, considerando suas diferenças e na tentativa de construir uma consciência de igualdade, “não significa que a mulher seja enfim completamente livre e autônoma, mas simplesmente que o

modelo mudou” (MARZANO-PARISOLI, 2004, p. 51) e reconhecemos que alguns modelos, combatidos desde o início do movimento feminista, ainda prevalecem, como o culto ao corpo, evidenciado nas dançarinas do forró eletrônico, os dois modelos de mulheres – a esposa imaculada e amante sensual –, e as emergentes *periguetes*.

No início de nossa pesquisa, percebemos que o senso comum acusava as composições de forró eletrônico de tratarem a mulher como mero objeto sexual, vazio de personalidade e passiva em sua totalidade, acompanhados do incentivo ao consumo de bebida alcoólica. As falas eram semelhantes, tanto na Academia, quanto na conversa informal com amigos, entretanto o que nossa pesquisa registra é que, apesar de existir elementos ligados à bebida alcoólica e a mulheres traídas, há também mulheres que se vingam do tratamento recebido nas relações com o parceiro, que recusam o afeto masculino e que deixam subentendido a traição amorosa. Além de temáticas lúdicas e de festa, o amor romântico prevaleceu através dos pedidos dos ouvintes e como preferência em relação aos shows, pois, como vimos, o *estouro* na rádio é evidenciado pelo público que frequenta os shows e vice-versa.

Nossa análise se baseou na representação da figura feminina, construída a partir de um fenômeno midiático, o forró eletrônico, que segue em um processo de legitimação que lhe é conferido, aos poucos, por várias classes sociais. Tomando a sociedade como o lugar onde ocorrem as interações culturais, as trocas de experiências, e onde os sentidos são produzidos, nos baseamos nos discursos produzidos por esse gênero musical e que acabaram por construir uma figura feminina.

Considerando a análise histórica – e dos discursos – é inegável que ocorreram mudanças e progressos em relação à condição feminina na sociedade e nas relações de poder no que concerne ao gênero, entretanto, julgamos necessário que continuemos essas discussões sobre música x mulher, haja visto que como pesquisadores, analisamos os processos em movimento, produzindo fluxos contínuos de sentidos e significações sociais.

Aguardamos figuras femininas mutáveis em próximas pesquisas.

## REFERÊNCIAS

- ALBIN, Ricardo Cravo. *O livro de Ouro da MPB*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
- ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. *A invenção do Nordeste e outras artes*. 2. ed. Recife: FJN/Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.
- ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. O nordestino de Saia Rodada e Calcinha Preta ou as novas faces do regionalismo e do machismo no Nordeste. In: QUEIROZ, André L. dos S. (Org.). *Arte & pensamento: a reinvenção do Nordeste*. Fortaleza: Serviço Social do Comércio – AR/CE, 2010.
- ALFONSI, Daniela do Amaral. *Para todos os gostos: um estudo sobre classificações, bailes e circuitos de produção do forró*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007.
- ALMEIDA, Rosiléia, Oliveira de. A construção do Nordeste como região do atraso nos discursos sobre a exploração econômica da cana-de-açúcar. *Candombá*, v. 3, n. 2, p. 123-137, jul./dez. 2007. Disponível em <<http://revistas.unijorge.edu.br/candomba/2007-v3n2/pdfs/RosileiaAlmeida2007v3n2.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2011.
- ALVES, Branco Moreira; PITANGUY, Jacqueline. *O que é feminismo*. São Paulo: Brasiliense, 1981. Coleção Primeiros Passos, 44.
- ARANTES, Antônio Augusto. *O que é Cultura Popular*. 8. ed. São Paulo. Brasiliense, 1983.
- ARAÚJO, Fátima Maciel; ALMEIDA, Maria Irismar de. Oficina educativa: abordagem metodológica no trabalho com as mulheres. In: SALES, Celecina de Maria Vera *et al.* *Feminismo: memória e história*. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2000.
- AYALA, Marcos; AYALA, Maria Ignez Novais. *Cultura Popular no Brasil: perspectivas de análise*. 2. ed. São Paulo: Ática, 2003.
- BACCEGA, Maria Aparecida. *Palavra e discurso: história e literatura*. 2. ed. São Paulo: Ática, 2007.
- BADINTER, Elisabeth. *Rumo Equivocado*. Trad. Vera Ribeiro. Civilização Brasileira, 2005.
- BANDEIRA, Lourdes Maria. Feminismo: memória e história. In: SALES, Celecina de Maria Vera *et al.* *Feminismo: memória e história*. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2000.
- BEAUVOIR, Simone de. *O segundo sexo: a experiência vivida*. Trad. Sérgio Milliet. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.
- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

BENJAMIN, Roberto. A teoria da folkcomunicação e o pioneirismo de Luiz Beltrão. In: SCHMIDT, Cristina (Org.). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.

BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular: leituras operárias*. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

BOURDIEU, Pierre. A identidade e a representação: elementos para uma reflexão crítica sobre a ideia de região. In: *O poder simbólico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRANDÃO, Maria Luiza Ribeiro; BINGEMER, Maria Clara L. *Mulher e relações de gênero*. Seminários especiais. Centro João XXIII. São Paulo: Loyola, 1994.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus, 2009.

*Cadernos de comunicação*, v. 17. Secretaria Especial de Comunicação Social. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2007.

CARDOSO FILHO, Jorge Cunha. As materialidades da canção midiática: contribuições metodológicas. *Fronteiras: estudos midiáticos*, v. 11, n. 2, maio/ago., 2009.

CARVALHO, Edwin dos Santos. *Práticas discursivas e identidade folkcomunicacional na rede social Orkut: um estudo da comunidade MPB*. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia. Natal, 2011.

CARVALHO, José Jorge de. O lugar da cultura tradicional da sociedade moderna. In: *Seminário Folclore e cultura popular: as várias faces de um debate*. Instituto Nacional do Folclore. Coordenadoria de estudos e pesquisas. Rio de Janeiro: IBAC, 1992.

CASCUDO, Luís da Câmara. *Dicionário do Folclore Brasileiro*. 1954. 6. ed. São Paulo: EDUSP; Belo Horizonte: Itatiaia, 1988.

CERTEAU, Michel de. *A cultura no plural*. Trad. Enid Abreu Dobránsky. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

CHIANCA, Luciana de Oliveira. *A festa do interior: São João, migração e nostalgia em Natal no século XX*. Natal: Editora da UFRN, 2006.

D'ALMEIDA, Alfredo Dias. Folkmídia: a folkcomunicação nos veículos de massa. In: SCHMIDT, Cristina (Org.) *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.

*Enciclopédia INTERCOM de comunicação*. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

FARIA, Nalu; NOBRE, Miriam. *Gênero e desigualdade*. São Paulo: SOF, 1997. (SOF – Sempre Viva Organização Feminista).

FERREIRA, Maria Mary. Movimento Feminista, movimento de mulheres: ações e desafios para as próximas décadas. In: SALES, Celecina de Maria Vera *et al.* *Feminismo: memória e história*. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2000.

FOUCAULT, Michel. *A mulher, os rapazes: história da sexualidade*. Trad. Maria Theresa da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

FREIRE FILHO, João. Mídia, estereótipo e representação de minorias. *ECO-PÓS*, v. 7, n. 2, ago./dez., 2004, p. 45-71.

FREIRE, Libny Silva. O local não permanecera intocado, defende pesquisador da cultura popular. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, v. 1, n. 18, 2011.

GOLDENBERG, Miriam; TOSCANO, Moema. *A revolução das mulheres*. Rio de Janeiro: Revan, 1992.

GOMES, Isaltina; TROTTA, Felipe; LUSVARGHI, Luiza. *Fora do Eixo: indústria da música e mercado audiovisual no Nordeste*. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2010.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e comunicação*. Trad. Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 2003.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; HERSCHMANN, Micael. A nova música regional do Brasil. In: PRYTHON, Angela (Org.). *Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LEMONS, André; CUNHA, Paulo (Org.). *Olhares sobre a Cibercultura*. Sulina, Porto Alegre, 2003.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. *Mídia Regional: indústria, mercado e cultura*. Natal, RN: Editora da UFRN, 2010.

LOZANO, Jorge. *Análise do discurso*. Trad. Denise Radanovic Vieira, Gustavo Laranja. São Paulo: Littera Mundi, 2002.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. *A festa junina em Campina Grande –PB: uma estratégia de folkmarketing*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e comunicação. In: SCHMIDT, Cristina (Org.). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. Trad. Márcio Venício Barbosa e Maria Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de texto de comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.
- MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MARQUES DE MELO, José. Comunicação e Folclore. In: MARQUES DE MELO, José *et al.* *Reflexões sobre temas de comunicação*. São Paulo: ECA – USP, 1972.
- MARQUES DE MELO, José. De volta ao futuro: da folkcomunicação à *folkmidia*. In: SCHMIDT, Cristina (Org.). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.
- MARQUES DE MELO, José. *Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Paulus, 2008.
- MARZANO-PARISOLI, Maria Michela. *Pensar o corpo*. Trad. Lúcia M. Endlich Orth. Petrópolis: Vozes, 2004.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa Social: teoria, métodos e criatividade*. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1993.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.
- MOREL, Leonardo. *Música e tecnologia: um novo tempo, apesar dos perigos*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2010.
- MORENO DE MELO, Ricardo. *Cultura popular: pequena discussão teórica*. Disponível em: <<http://br.monografias.com/trabalhos/cultura-popular/cultura-popular.shtml>>. Acesso em: 2 mar. 2012.
- OLIVEIRA, Rosiska. Feminismo e feminidade. In: NISKIER, Ruth *et al.* (Org.). *A mulher no terceiro milênio: ciclo de palestras do Comitê Cultural Feminino da ABL*. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Letras, 2000.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 4. ed. Campinas/SP: Pontes, 1996.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. 6. ed. Campinas: Pontes, 2005.
- PÊCHEUX, Michel. *Discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 1983.
- PINHEIRO, Andréa; PAIVA, Flávio. Somzoom: Música para fazer festa. In: GUERRINI JR., Irineu; VICENTE, Eduardo. *Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

PINTO, Céli Regina Jardim. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

QUADROS JUNIOR, Antonio Carlos de; VOLP, Catia Mary. Forró Universitário: a tradução do forró nordestino no sudeste brasileiro. *Motriz*, Rio Claro, v. 11, n. 2, p. 127-130, maio/ago. 2005. Disponível em: <<http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/11n2/12JAC.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

SALES, Celecina de Maria Vera *et al.* *Feminismo: memória e história*. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2000.

SARDENBERG, Cecília M.; COSTA, Ana Alice A. *Feminismo, feministas e movimentos sociais*. In: Seminários especiais. Centro João XXIII. São Paulo: Loyola, 1994.

SILVA, Edison Delmiro: *Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande /MS – setembro 2001. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP6SILVA.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2010.

SILVA, Expedito Leandro. *Forró no asfalto*. São Paulo: Annablume, 2003.

SILVA, Josimey da Costa; NEVES, Thiago Tavares das. *A relação entre os jovens e o corpo em Natal*. Trabalho apresentado ao III Intercom Júnior, no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* Trad. Milton Camargo Mota. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

THOMAS, Antoine Léonard. *O que é uma mulher?: um debate*. Trad. Maria Helena Franco Martins. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. *A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos*. Comunicado apresentado no Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares. Brasília/DF, em fev. 2005.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas Populares. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. *Noções básicas de folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

TROTTA, Felipe. Festa, amor e sexo: o conteúdo forró eletrônico. In: GOMES, Isaltina; TROTTA, Felipe; LUSVARGHI, Luiza. *Fora do Eixo: indústria da música e mercado audiovisual no Nordeste*. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2010.

TROTTA, Felipe. Música e mercado: A força das classificações. *Revista Contemporânea*, v. 3, n. 2, 2005, p. 181-196.

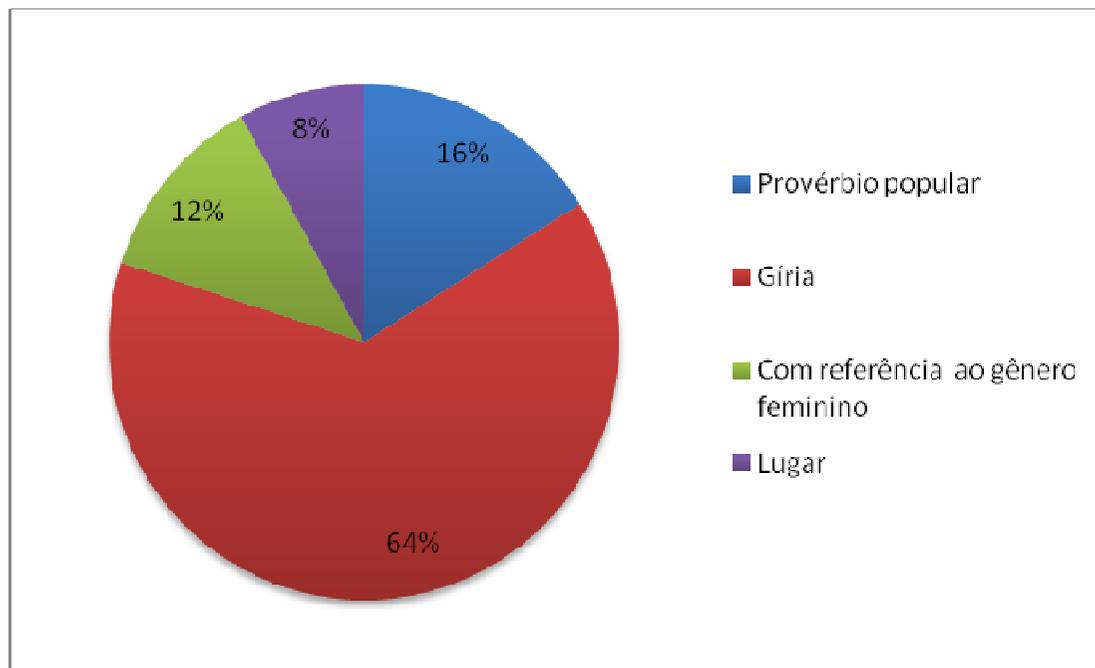
TROTTA, Felipe. Música popular, moral e sexualidade: Reflexões sobre o forró contemporâneo. *Revista Contracampo*. Niterói, n. 20. Agosto de 2009. Semestral, p. 132-146.

TROTTA, Felipe. *O Forró de Aviões*: a circulação cultural de um fenômeno da indústria do entretenimento. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Mídia e Entretenimento”, do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, SP, em junho de 2008.

VIANA, Lucina Reitenbach. *Indústria Cultural, Indústria Fonográfica, Tecnologia e Cibercultura*. Trabalho apresentado ao Intercom, na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, em maio 2009.

## APÊNDICE – Elementos *folk*: linguagem

*Presentes em 9, das 18 músicas analisadas.*



MÚSICA / BANDA	ELEMENTOS <i>FOLK</i>				
	Provérbio popular	Gíria	Com referência ao gênero feminino	Lugar	Total
<i>Mulher não trai – Aviões do Forró</i>	É dente por dente, é olho por olho				
<i>Menininha – Forró do Muído</i>		raparigueiro / farrear	danada		
<i>Ice – Cavaleiros do Forró</i>		cê			
<i>Me acha – Aviões do Forró</i>	Aqui se faz. Aqui se paga / O que plantar vai colher	A minha cara racha / Não tô te jogando praga			
<i>Tô preocupado – Cavaleiros do Forró</i>		Orelha em pé			
<i>Tá estourado – Calcinha Preta</i>		cabaré / cachaceiro / povão			
<i>Fim de semana – Cavaleiros do Forró</i>	sem eira, nem beira	arrudiado / simbora	as nega / gata maneira		
<i>A casa caiu – Cavaleiros do Forró</i>		farreando / cabra safado / neguinho / a casa caiu			
<i>Minha mulher não deixa não – Garota Safada</i>		boiolão		Marli (Bar da periferia do Recife) Shanadu (Motel pernambucano)	
<b>Total</b>	04	16	03	02	

**ANEXOS – Lista de letra das músicas analisadas – em ordem alfabética****A casa caiu** – *Cavaleiros do Forró*

Meu celular tocou  
Minha mulher ficou olhando  
E eu fiquei só enrolando  
Sem poder atender  
Meu celular tocou  
E era *as negas* me ligando  
Já farreando  
Me chamando pra beber. (2x)  
Atenda logo  
Seu cabra safado  
Estou desconfiada  
Não está atendendo  
Me diga porquê?  
Atenda  
Estou desconfiada  
Que está aprontando  
Mais se eu te pegar, você vai ver  
Ai neguinho você vai ver  
Não é nada disso que você está pensando  
Era o chefe me ligando chamando pra trabalhar  
Então tá bom, se está falando a verdade  
Bota aí no viva voz  
Que eu quero ouvir ele falar  
Eita, porra, puta que pariu  
Foi tanta ligação  
E eu sem explicação  
E a casa caiu

**Amor de corpo e alma** – *Desejo de Menina*

Não diga que não te amei  
Não diga que não me entreguei  
Meu amor de corpo e alma  
Se te entreguei a minha vida foi porque acreditei que  
me amava  
Tu me aceitaste como eu sou  
Mas eu notei você mudou  
Ficou tão afastada  
Sempre tive outro amor  
Foi no passado, acabou  
Passado é passado  
Mas esse teu silêncio esta me matando  
E sei que temos muita coisa pra falar  
Deixe de orgulho e vem logo me encontrar  
Pra gente conversar

Não vamos perder tempo com ressentimentos  
 Ficando afastados  
 Temos que dar uma chance para o coração  
 O amor está do nosso lado  
 O passado é passado, não diga não

**Beber e amar** – *Cavaleiros do Forró*

A gente tá perdendo muito tempo brigando  
 A gente tá guardando pouco tempo pra se amar  
 Só quero te lembrar quando a saudade bater,  
 Chora eu, chora você  
 Com vontade de voltar  
 Eu não entendo as regras do seu coração  
 Tá sempre inventando uma confusão  
 Parece que ele gosta de sofrer de amor  
 Preciso de um motivo pra te encontrar  
 Tô cheio de coragem vou desabafar  
 Não paro de pensar em tudo que a gente passou  
 As nossas lembranças não saem da cabeça  
 A gente bebendo na mesa de um bar  
 O nosso ditado amor não esqueça  
 Beber e amar que o mundo vai se acabar.

**Cuidado** – *Forró do Muído*

Sei que não foi coincidência encontrar-me contigo  
 Talvez tudo isso é o destino  
 Eu quero dormir de novo em teu peito  
 E depois acordar com teus beijos  
 Teu sexto sentido, sonha comigo  
 Sei que pronto estaremos unidos  
 Esse sorriso travesso que vive comigo  
 Sei que logo estarei em teu caminho  
 Saiba que estou colada em tuas mãos  
 Peço que não me deixe cair  
 Saiba que estou colada em tuas mãos...  
 Te envio poemas que escrevi com minha letra  
 Te envio mensagens às 4:40  
 Te envio as fotos jantando em Veneza  
 E quando estivermos por Fortaleza  
 E assim me recordo que tenho um presente  
 O meu coração está colado em tuas mãos  
 Cuidado, cuidado,  
 Que o meu coração esta colado em tuas mãos (2x)  
 Não perderei a esperança de falar contigo  
 Não me importa o que diga, é o destino  
 Eu quero ter sempre teu cheiro comigo  
 E viver um destino proibido

Saiba que estou colada em tuas mãos  
 Peço que não me deixe cair  
 Saiba que estou colada em tuas mãos  
 Te envio poemas que escrevi com minha letra  
 Te envio mensagens às 4:40  
 Te envio as fotos jantando em Veneza  
 E quando estivemos por Fortaleza  
 E assim que me recordo que tenho um presente  
 O meu coração está colado em tuas mãos  
 Cuidado, cuidado  
 Que o meu coração esta colado em tuas mãos (4x)

**Eu choro** – *Forró do Muído*

Entre nós existe um amor que agora se perdeu  
 Você me magoou desfez os sonhos meus  
 Eu te pedi a gritos volta aqui amor  
 Vamos conversar  
 Talvez penses que estou louca, e é verdade um pouco  
 Mas tenho que aceitar que você foi embora  
 Me deixou aqui quando meu coração queria te amar  
 Hoje eu me sinto tão só depois daquela briga  
 Que acabou com tudo que eu sonhava  
 Se não fosse essa mulher você estaria aqui me amando até o final  
 Agora eu consigo entender, se não me toca é porque não me quer  
 Agora eu consigo entender, que hoje sei que tem outra mulher  
 Eu choro por ti  
 Eu choro sem ti  
 Por que que fez assim  
 Eu nunca entendi  
 Eu choro

**Escravo do amor** – *Garota Safada*

Quando a gente ama  
 Vira escravo do amor  
 É vício que não cura o segredo  
 A chave se quebrou  
 Quando está perto, tá feliz  
 Se tá distante, sente dor  
 Faz e desfaz, tem duas faces  
 É um mistério, assim é o amor  
 Quem nunca amou não sabe entender  
 Nem por um instante consegue enxergar  
 Mas quando entra no coração  
 Mas quando entra no coração  
 Faz sorrir, faz chorar

Ei, ele é rei, ele é cor  
 Domina a fera que ninguém dominou  
 Tá no ar, tá na flor  
 É frio, é fogo, assim é o amor

**Fim de semana** – *Cavaleiros do Forró*

Vou beijar,  
 vou beijar,  
 Sem compromisso, não vou correr risco de me  
 apaixonar (2x)

Ei! Chegou mais um fim de semana  
 Lá vou eu! De carro e montado na grana  
 Uísque importado e eu  
 Tô *arruado* de gata maneira

Ei! Simbora pra farra simbora  
 Lá vou eu! Pra gente voltar não tem hora  
 simbora, simbora que eu  
 Tô nessa balada sem eira nem beira

O som do meu paredão  
 A galera sai do chão  
 Que tá massa a curtição  
 Isso é que é só zoeira

Cachaceiro grita URRRA!!  
 Todo mundo grita URRRA!!  
 E a galera grita URRRA!!  
 E vai a noite inteira!!

Vou beijar,  
 vou beijar,  
 Sem compromisso, não vou correr risco de me  
 apaixonar (2x)

**Flashback** – *Desejo de Menina*

Ninguém consegue parar o pensamento  
 Vem mesmo no vento  
 Sem freio ou breque  
 É por isso amor  
 Que de vez em quando  
 Rola um *flashback* (2x)  
 E essa paixão não tem  
 Hora, lugar e vem brincar de prazer

E me traz você  
 Pareço um moleque  
 E é por isso amor  
 Que de vez em quando  
 Rola um flashback (2x)  
 Coisas do passado  
 Parece errado reviver de novo  
 Para o coração  
 Interrogação  
 Como é que se esquece  
 E é por isso amor  
 Que de vez em quando  
 Rola um flashback (2x)

**Ice** – *Cavaleiros do Forró*

Gatinha "cê" gosta mais de Red Lable ou Ice  
 Gatinha "cê" gosta mais de Red Lable ou Ice  
 Pra mim tanto faz, ou Red Lable ou Ice  
 Pra mim tanto faz, ou Red lable ou Ice  
 Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice  
 Um Ice só, não vai embebedar ninguém  
 Vem dançar forró com Cavaleiros também  
 Elas gostam mais de Ice because whisky elas caem  
 Elas gostam mais de Ice because whisky elas caem  
 Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice, Ice

**Me acha** – *Aviões do Forró*

Eu não fiz nada pra você não querer ficar comigo  
 Me desprezar me fez sofrer, te faz feliz, mas eu te digo  
 Aqui se faz, aqui se paga  
 Tudo que plantar vai colher  
 Eu não tô te jogando praga  
 Tô falando a verdade a você  
 Mas é que quando eu te queria, você não me quis  
 Agora só me quer porque me viu feliz  
 Pensa no que fez, a minha cara racha  
 Quer mais uma vez, agora, então me acha

Me acha, me acha  
 Se você me quer,  
 agora, então me acha ( 2 X )

**Menininha** – *Forró do Muído*

O meu vizinho é um cara raparigueiro  
 E que só vive em uma mesa de bar,  
 A sua filha uma menina danada  
 Que não parava, não parava de falar  
 O pai dessa menina saiu pra farrear,

Sabe lá que horas ele vai voltar,  
 A menininha ficou trancada  
 E só sabia falar  
 Ô menininha cadê o seu pai?  
 Num sabo, num sabo  
 Ô menininha cadê o seu pai?  
 Num sabo, num sabo  
 Ô menininha cadê o seu pai?  
 Num sabo, num sabo  
 Ô menininha cadê o seu pai?  
 Já falei que num sabo

**Minha mulher não deixa não** – *Garota Safada*

Ei! Tu quer beber? Não quero, não  
 Não quer por quê? Por nada, não  
 Tu quer fumar? Hã, Hã!  
 Não quer por quê?  
 Vou não, quero não, posso não  
 Minha mulher não deixa, não  
 Não vou não, quero não (4 x)  
 Ei! No meu carrão vamos sair?  
 Tem *Aviões* todo mundo vai curtir  
 E ai? Lá em Marli tem cabeça de galo. Venha!  
 Vou não, quero não, posso não  
 Minha mulher não deixa, não  
 Não vou não, quero não (4 x)  
 Ei! Tem duas *nega*?  
 E ai? Vamos arrastar?  
 No Shanadu a gente bota o bicho lá  
 Quem é tu? É boiolão?  
 Tu vai, ou não?  
 Vou não, quero não, posso não  
 Minha mulher não deixa, não  
 Não vou não, quero não (4 x)

**Mulher não trai mulher se vinga** – *Aviões do Forró*

Mulher não trai, mulher se vinga  
 Mulher cansou de ser traída  
 Mulher se vinga, mulher não trai  
 Eu era boba, não sou mais  
 Ficar em casa esperando você (Já foi)  
 Ficar dizendo o que devo fazer (Já foi)  
 Você curtindo aí a sua vida  
 E eu perdendo amigos e amigas  
 Ficar te amando e você nem aí (Já foi)  
 Se divertindo e zombando de mim (Já foi)

Você curtindo aí a sua vida  
 E eu perdendo amigos e amigas...  
 Escuta meu bem  
 Eu não fico atrás  
 Entre um homem e uma mulher  
 Os direitos são iguais (2x)  
 Eu bato de frente  
 É dente por dente, é olho por olho...  
 Mulher não trai, mulher se vinga  
 Mulher cansou de ser traída  
 Mulher se vinga, mulher não trai  
 Eu era boba, não sou mais (2x)

**Na onda da chapinha** – *Forró do Muído*

Toda mulher é linda, coisa de cinema  
 Todo cuidado com a beleza vale a pena  
 São unhas, cílios, pelos, unhas e cabelo  
 É só produto de beleza o tempo inteiro  
 Mas é no dia da escova que elas ficam estressadas  
 E se faz uma chapinha e a coisa tá piada  
 Não sai nem na calçada  
 E choveu, cabelo encolheu tá...  
 E choveu, cabelo encolheu tá...  
 E choveu, cabelo encolheu tá...  
 Arrumada, arrumada, arrumada (3x)  
 Estica puxa, deixa liso o tempo todo  
 Sem importar nem com a cor nem com o dinheiro  
 O que elas querem é ficar maravilhosas  
 Porque a força da mulher tá no cabelo  
 E choveu, cabelo encolheu tá (3x)

**Pegadinha do Inglês** – *Aviões do Forró*

Hello boy! My name is Sol Aviões do Forró  
 Hello boy! My name is Sol Aviões do Forró  
 Beautiful girl  
 Dance comigo na pista  
 Balada, balada  
 Come on, come on! Boy, boy  
 Dance comigo na pista  
 Balada, balada  
 Ok! Let's go boy!  
 Eu vou cantar pra tu  
 Girl beautiful (3 x)  
 Boy, te peguei na pegadinha do inglês  
 Sou brasileira, não sou americana (2 x)  
 Eu vou cantar pra tú:  
 Girl beautiful (3 x)

**Tá Estourado** – *Cavaleiros do Forró*

Tá todo mundo ligado no estouro que chegou  
 Quem não tiver estourado, no forró não tem valor  
 Vai correndo, de seus pulos, se você quer estourar  
 Cante aí qualquer doideira  
 É sucesso vai pegar  
 Se você falar ta no fã clube  
 Tá Estourado  
 Mas se falar de cabaré  
 Tá Estourado  
 Mas se falar que é cachaceiro  
 Tá Estourado  
 Se falar que tem dinheiro  
 Tá Estourado  
 Se tá na boca do Povão  
 Tá Estourado  
 Põe pra tocar no Paredão  
 Tá Estourado  
 Se eu falar que sou Calcinha Preta  
 Tá Estourado  
 Eu saio na televisão  
 Tá Estourado  
 Tá todo mundo ligado no estouro que chegou  
 Quem não tiver estourado, no forró não tem valor  
 Vai correndo, de seus pulos, se você quer estourar  
 Cante aí qualquer doideira  
 Esse sucesso vai pegar  
 Se tá pegando as periguetes  
 Tá Estourado  
 Se tá na palma da mão  
 Tá Estourado  
 Ganhar dinheiro no Forró  
 Tá Estourado  
 Você não vale nada mas eu gosto de você  
 Tá Estourado  
 Pegou, Ficou e Madeirou  
 Tá Estourado  
 Bebeu, Caiu e Levantou  
 Tá Estourado  
 Tá arrastando a multidão  
 Tá Estourado  
 Calcinha Preta na novela  
 Tá Estourado

**Tentativas em vão** – *Garota Safada*

Se eu soubesse o que fazer pra tirar você da minha cabeça  
 Um lado diz que quer ficar com você o outro diz esqueça

Se eu soubesse o que fazer pra tirar você da minha cabeça  
 Um lado diz que quer ficar com você o outro diz esqueça  
 Mas acontece que o meu coração não é de papel  
 A chuva molha e as palavras se apagam  
 A minha mente gira feito um carrossel  
 Tentando buscar a saída  
 Pra tirar você da minha vida  
 Tentativas em vão tentar tirar você do coração  
 Igual querer viver sem respirar  
 É como querer apagar a chama de um vulcão (2x)

**Tô preocupado** – *Cavaleiros do Forró*

Houve um tempo  
 Que era você quem se preocupava  
 Toda hora você me ligava  
 Me falava pra te dar valor  
 Houve um tempo em que você morria de ciúme  
 Suspeitava até do meu perfume  
 Agora diga onde está aquele amor.  
 Tô preocupado  
 Você anda saindo sem me dizer nada  
 Saindo cedo e voltando de madrugada  
 Quem é que não fica de orelha em pé  
 Tô preocupado  
 Seu telefone toca insistentemente  
 Quem é que não nota  
 Quem é que não sente  
 Se não quer atender  
 Você sabe quem é  
 Não venha me dizer que é imaginação  
 Ou crise de ciúme  
 Se você está em outra  
 Por que não assume  
 Acho melhor me dar uma explicação  
 Me tirar dessa dúvida  
 Que eu ando meio louco enciumado  
 Não dá pra entender  
 Quando eu te ligo  
 O telefone é sempre ocupado  
 Houve um tempo  
 Que era você quem se preocupava  
 Toda hora você me ligava  
 Me falava pra te dar valor  
 Houve um tempo que você morria de ciúme  
 Suspeitava até do meu perfume  
 Agora diga onde está aquele amor.