



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

VICTOR STOIMENOFF

**O TECNOBREGA PARAENSE E A EROÇÃO DA INDÚSTRIA
FONOGRÁFICA TRADICIONAL**

**Brasília
Fevereiro de 2016**

VICTOR STOIMENOFF

**O TECNOBREGA PARAENSE E A EROSÃO DA INDÚSTRIA
FONOGRÁFICA TRADICIONAL**

Projeto de dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Comunicação.

Linha de pesquisa: Imagem, Som e Escrita.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo de Castro e Silva.

**Brasília
Fevereiro de 2016**

VICTOR STOIMENOFF

**O TECNOBREGA PARAENSE E A EROSÃO DA INDÚSTRIA
FONOGRÁFICA TRADICIONAL**

Projeto de dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Comunicação.

Aprovado em ___/___/_____.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Gustavo de Castro e Silva (UnB)

Orientador

Profa. Dra Florence Dravet (UCB)

Avaliadora

Profa. Dra Gabriela Freitas (UnB)

Avaliadora

Prof. Dr Frederico Feitoza (UCB)

Suplente

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais e irmãs.

Agradeço ao ser humano e professor Gustavo de Castro pela forma admirável com que conduz a sua vida acadêmica e pessoal, o que para mim é, de fato, muito inspirador.

Agradeço aos meus colegas e aos professores Pedro Russi e Thiago Quiroga, que tanto estimularam o aprofundamento em suas aulas de questões de extrema pertinência.

Por fim agradeço às professoras Florence Dravet e Gabriela Freitas pela participação na banca.

RESUMO

O Tecnobrega paraense adquiriu grandiosos contornos nas últimas décadas. Suas particularidades de produção e distribuição apontam para a superação dos canais restritos de distribuição e divulgação da indústria fonográfica tradicional, tal qual consolidada no Brasil a partir da década de 1970. A emergência da indústria bregueira expõe um novo modelo de negócios e coloca em evidência uma estética tida como periférica e que passa agora a ser representada em produtos midiáticos do circuito nacional. O presente trabalho buscou nos procedimentos etnográficos refletir acerca do imaginário que permeia as festas de tecnobrega, seus índices de sucesso e beleza.

Palavras Chave: Tecnobrega, Indústria Fonográfica, Beleza, Resistência, Adaptação.

ABSTRACT

The Para Tecnobrega acquired grandiose outlines in recent decades. Its production and distribution peculiarities point to overcome the narrow channels of distribution and dissemination of the traditional music industry, as it consolidated in Brazil since the 1970s. The emergence of bregueira industry exposes a new business model and highlights an aesthetics seen as peripheral and which is now being represented in media products nationwide. This study aimed in ethnographic procedures to reflect on the imagery that permeates the tecnobrega parties, their rates of success and beauty.

Keywords : Tecnobrega , Recording Industry , Beauty, Resistance , Adaptation

SUMÁRIO

PREÂMBULO	7
1 Considerações preliminares	8
2 As transformações na indústria fonográfica brasileira	12
3 O brega clássico	18
4 A periferia bem-sucedida	25
5 .O Tecnobrega paraense	28
6. Brasilidade e beleza em disputa	34
7.Assimilação <i>versus</i> adaptação como resistência	41
8.Conclusão	46
REFERÊNCIAS	50

PREÂMBULO

A cidade de Belém é surpreendente desde a primeira visita. Suas especificidades e a profusão de sons, cheiros e cores raramente passam despercebidas. Trata-se de uma metrópole brasileira com uma sonoridade caribenha, indígena, pop e, acima de tudo, híbrida.

As festas, tanto de brega mais lento como o “bregaço” ou as famosas aparelhagens, surpreendem pelas dimensões nada desprezíveis. Carretas de equipamentos, luzes de LED, lasers convivem com cocares indígenas, calças coladas e miniblusas. A riqueza de ritmos é surpreendente, do carimbó ao *melody*, que o observador incauto indaga-se como é possível uma cidade pode abrigar tanta diversidade. Mesmo dentro do brega, a quantidade de sub-ritmos chega a confundir ao primeiro contato.

O tecnobrega é um grande exemplo de resistência e adaptação, características presentes nas comunidades periféricas brasileiras que, a despeito da precariedade dos serviços públicos e dos altos índices de violência, celebram a vida efusivamente. O bairro do Jurunas, um dos mais populosos de Belém, resiste por meio de suas redes de sociabilidade, de suas festas populares e, obviamente, da música.

Como toda metrópole brasileira, Belém possui um crescimento desorganizado, caótico, que em nada privilegia o ser humano. Apesar disso, chama a atenção exatamente o relacionamento entre as pessoas da cidade, sua falta de cerimônia e abertura para a alteridade. Ser recebido na cidade com tanta simpatia e gentileza não tem preço.

Os agradecimentos, embora não suficientes para demonstrar toda a gratidão, devem ser feitos. Agradeço aos meus queridos primos que vivem em Belém — Márcio Zúniga Brito e Rafaela Galvão.

1 CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Independentemente do modo como tenha sido formulado, o discurso especializado sempre manteve distância em relação ao senso comum. Na melhor das hipóteses, este último será considerado como material bruto que convém interpretar, ainda que seja triturando-o, desnaturando-o, corrigindo-lhe a “consciência equivocada”. Na pior, o empenho se fará no sentido de superá-lo, pura e simplesmente, considerando não passar de pura ideologia (MAFFESOLI, 1998, p161.).

Abrir-se para a complexidade do cotidiano nas ciências sociais, particularmente nas observações de campo, estar atento às exceções e singularidades é assumir que o nível micro do cotidiano muito tem a nos ensinar. Isso não significa que devamos nos despir do rigor próprio à ciência, mas incorporar a dimensão do sensível, parte essencial da realidade que não deve ser ignorada. Nas relações face a face do pesquisador com os frequentadores das festas de tecnobrega e nos camelôs da cidade de Belém, surgiu a maior parte das questões relevantes a respeito do corpo, do imaginário da beleza e das formas de distribuição do capital de prestígio entre o público de tecnobrega e, no interior das torcidas das aparelhagens, as grandiosas festas-show.

O eu crítico, como afirma Michel Maffesoli (1998), teve, muitas vezes, de ser dissolvido a fim de que as múltiplas dimensões do sensível pudessem ser percebidas. Não se trata de metafísica, e sim do resgate do instinto, da sensibilidade e da intuição. Essa forma de perceber o mundo promove o nível micro, aquele da vida cotidiana, e não se nos apresenta de maneira ordenada, como algumas teorias macrototalizantes a respeito do mundo social nos fariam supor.

Sem pretender fazer paradoxo a qualquer preço, tal sensibilidade é bem expressa naquilo que pode ser denominado um empirismo especulativo que se mantenha o mais próximo possível da concretude dos fenômenos sociais, tomando-os pelo que são em si próprios, sem pretender fazer com que entrem num molde preestabelecido, ou providenciar para que correspondam a um sistema teórico construído (MAFFESOLI, 1998, p. 162).

Este trabalho buscou promover uma percepção de caráter etnográfico que, de fato, valorize a alteridade. A compreensão de outrem se torna impossível quando o prosaico e o particular são vistos como insignificantes ou meros acessórios exemplificativos de uma realidade construída por narrativas grandiosas, que muitas vezes padecem do vitalismo próprio às manifestações sociais.

A música é um instrumento valioso para pensar diversas relações sociais. Suas peculiaridades de produção, fruição e atribuição de significados constituem uma excelente fonte para a pesquisa de ideias como beleza, etnicidade ou relações entre classes, além de inúmeros outros fenômenos de socialização e exercício de poder. Em um país como o Brasil, com sua diversidade de sons e acentos, é importantíssima a ideia de pensar as relações sociais por meio da música, como nos lembra o antropólogo Hermano Vianna em entrevista. (Santuza 2006).

No trabalho de campo em Belém, foi de suma importância o exercício de estar atento de forma desatenta: experimentar, experienciar as manifestações estéticas mais do que meramente analisá-las. A proximidade, a suficiência do familiar e o olhar que não objetifica abriram a possibilidade de outro nível de compreensão das manifestações estéticas, um nível que se pretendeu menos normativo. A cidade, suas especificidades de ocupação e a significação dos espaços são construídas por meio de redes de sociabilidade que somente podem ser acessadas com uma postura aberta à diversidade. A ideia do exotismo que permeia o discurso a respeito de determinadas áreas do Brasil foi conscientemente evitada, uma vez que acaba por contaminar o encontro com o outro.

Compreender a história de um movimento social e estético não constitui uma tarefa fácil. As narrativas do presente sobre o passado são alvo de intensas disputas de poder entre agentes e instituições. Assim, ver a história como um sistema aberto pode ser muito útil para não cair na armadilha de acreditar que seria possível alcançar o passado tal como era, de maneira unívoca, uma vez que a relação com o passado está condicionada ao entendimento do presente.

A historiografia oficial da música brasileira tradicionalmente privilegiou certos movimentos estéticos. Os silenciamentos presentes na história da música popular brasileira (MPB) devem ser objeto de análise detida, uma vez que são tão eloquentes quanto as palavras. Esse é o caso da música brega, que, embora seja parte importante da música brasileira, permaneceu durante muito tempo silenciada e, conseqüentemente, alijada dos estudos e das publicações a respeito da cultura nacional. Nomes do mercado editorial brasileiro, como Ruy Castro e Sérgio Cabral, que se debruçaram sobre a história da música brasileira, não dedicaram espaço, mesmo que modesto, a artistas como Benito di Paula, Odair José ou Waldick Soriano. Paulo César de Araújo (2003), em *Eu não sou cachorro, não*, afirma que o Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro possui mais de 2 mil horas de gravações

de depoimentos sonoros que visam preservar a história da MPB; contudo, não há, em todo esse material, nada referente à geração dos cantores bregas.

De uns anos pra cá, contudo, a música brega parece viver um momento de ressignificação. Novas publicações, tributos musicais e documentários têm se debruçado sobre a obra dos grandes nomes do imaginário bregueiro, como Odair José e Waldick Soriano. Esse movimento de resgate do brega aponta para o caráter aberto e não definitivo das narrativas históricas a respeito da música brasileira, que estão sendo sempre reconstruídas.

Ser brega já não é mais tão brega assim. Atualmente com uma certa aura Cult, o romantismo exagerado de Ronnie Von, Wando e Odair José, antes rebaixado ao astral inferior da música, deixou de ser cafona aos ouvidos de jovens descolados e moderninhos que curtem o jeito brega de ser em discos de vinil — comprados em sebo, claro, e nas festas mais hipsters [sic] da cidade [...] (MACÁRIO, 2012).

Existe um claro tom de deboche na fala supracitada do jornalista. O fato como os termos “descolados” e “moderninhos” surgem no texto insinua que se trata de uma moda adotada por jovens (hipsters) que desejariam diferenciar-se por meio de gostos e hábitos de consumo, digamos, extravagantes.

O fenômeno do brega-cult vem chamando a atenção de diversos autores e despertando reações por vezes extremadas. Durante a pesquisa, muitos entrevistados disseram que “a nova moda do brega” nada tinha de verdadeira, não passando de uma apropriação desvirtuada do gênero, que contribuiria para a perpetuação de estereótipos. Outro grupo parece, contudo, enxergar com bons olhos esse movimento, associando-o à democratização dos meios de divulgação e distribuição de artistas surgidos nas periferias.

Cabe ressaltar que espaços antes refratários à música brega, como a MTV, as revistas de moda e de música e as grandes emissoras de televisão, têm acolhido cada vez mais os artistas tecnobregas. O Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), por exemplo, realizou em 2012 um evento intitulado “A invasão paraense”. O evento contava com uma série de shows, performances e debates com especialistas, em sua maioria jornalistas, que discutiam o fenômeno estético, comportamental e sonoro das produções paraenses e suas possíveis implicações na produção cultural do país.

O tecnobrega paraense vive um momento de afirmação não só de uma estética anteriormente estigmatizada, mas, sobretudo, de uma contribuição ativa para a imagem que a mídia hegemônica veicula como retrato do Brasil. O Canal Brasil, por exemplo, lançou em 2013 uma série de episódios dedicados à música paraense. Um grupo de artistas do estado concedeu entrevistas ao músico Charles Gavin, entre eles a cantora Gaby Amarantos. Nos

episódios da série, os artistas narram suas trajetórias e a forma alternativa de entrada no mercado. Gaby Amarantos nomeia nessas entrevistas diversos partícipes — figuras como Júnio Camelô, que chegou a vender cinquenta mil CDs por fim de semana em parceria com a artista.

Os discursos elogiosos da crítica e a presença constante de Gaby nas mais diferentes mídias apontam para os novos rumos de uma indústria cultural em franca transformação. Rita Morelli (2009), ao analisar a consolidação do mercado fonográfico brasileiro, notou uma clara preocupação dos executivos das gravadoras em conquistar um público jovem e, em certa medida, entendido como avesso ao regionalismo. A intenção era clara: retirar dos artistas qualquer referência excessivamente regional que pudesse comprometer uma proposta estética de identificação pretendida ao universo influenciado pela estética do *rock'n'roll*. A ideia era criar um mercado alinhado ao que era produzido nos mercados fonográficos consolidados, como o norte-americano.

A revalorização do regional, contudo, é forte no tecnobrega paraense. A influência e as menções à cidade de Belém inspiram concepções de classe, gênero e brasilidade que permeiam a trajetória de diversos artistas. No caso de Gaby Amarantos, é possível afirmar que a artista é uma autêntica representante do recente alargamento do público de música brega paraense e de seu reposicionamento no mercado cultural brasileiro. Faz-se mister compreender a noção de “mercados”, no plural, no intuito de investigar como a hegemonia das grandes gravadoras se transforma em função do crescimento dos mercados periféricos erigidos sobre outras bases que não o esquema da indústria fonográfica tradicional.

Este trabalho está dividido em sete capítulos. Uma discussão a respeito das mudanças operadas na indústria fonográfica nos últimos anos foi realizada no intuito de situar a emergência de gostos associados à periferia por meio de uma metodologia que, em constante diálogo com o objeto, privilegiou a descrição de caráter etnográfico. O termo brega e seu posicionamento na historiografia oficial da música brasileira está presente no capítulo três, denominado “O Brega Clássico”- capítulo que buscou nomear o fenômeno da música brega dos anos setenta e oitenta no intuito de explicitar o caráter inovador e singular do tecnobrega paraense, que não se confunde com o brega chamado de clássico.

2 AS TRANSFORMAÇÕES NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA BRASILEIRA

O mercado fonográfico brasileiro conheceu um verdadeiro estouro em meados da década de 1970. O número de discos vendidos no país passou de 9,5 milhões de unidades em 1968 para 25,45 milhões em 1975. Em 1979, chegou a 52,6 milhões, o que corresponde a um crescimento de 454% (VICENTE, 2001).

Grandes multinacionais, como Philips-Phonogram (atualmente parte da Universal Music), CBS (hoje Sony Music) e, a partir de 1976, Warner tiveram aqui algumas de suas mais lucrativas filiais, fazendo com que a indústria brasileira, considerada ainda amadora no início da década de 1970, alcançasse um alto nível de profissionalização ao final dessa mesma década.

Cifras impressionantes de vendas foram alcançadas por artistas brasileiros, contribuindo para manter os altos lucros da indústria da música no país. O papel dos artistas nacionais nos altos lucros dessa indústria foi fundamental; aliás, o predomínio da música nacional foi incontestado no período entre 1965 e 1976 (A WARNER, 1976).

As grandes gravadoras passaram, ao longo de sua história no Brasil, a utilizar uma série de estratégias de divulgação que alçaram vários artistas ao estrelato. Músicas em novelas, participação em programas de auditório ou programas musicais, como o extinto *Globo de Ouro* ou o *Chacrinha*, revelam uma relação íntima das gravadoras com emissoras de TV. Os rádios, igualmente, ainda desempenhavam um papel relevante na estratégia adotada para transformar músicas em sucessos.

Cabe ressaltar que, dentro do tradicional esquema de produção, comercialização e consumo de discos, tal como estabelecido na década de 1970 no Brasil, as gravadoras exerciam papel central na indústria. Os grandes executivos, representantes das *majors*, gravadoras multinacionais como a Warner ou a Philips, chegavam a influenciar pesadamente na construção da imagem de artistas considerados “apostas do momento”. Esses artistas eram, muitas vezes, mais que compositores ou músicos; tornavam-se verdadeiras “estrelas”, representantes de padrões estéticos e de consumo calcados num imaginário de beleza e aura artística.

A construção de carreiras foi, contudo, sistematicamente negada pelas assessorias de imprensa das gravadoras, que afirmavam que os artistas passavam apenas por pequenos processos de “burilamento” (MORELLI, 2009).

Ao que parece, as companhias de disco assumiam cada vez mais a função de divulgação [...] invertendo-se a relação anteriormente existente entre o aparecimento e a gravação: ao invés de surgirem com um trabalho novo, que despertasse a atenção do público e que, conseqüentemente, interessasse às companhias, parece que os novos artistas de MPB interessavam antes a essas companhias e elas é que faziam a apresentação desses artistas ao público (MORELLI, 2009, p. 76).

A fase áurea das gravadoras no Brasil, contudo, ficou para trás. Obviamente, a grande indústria ainda possui poder, mas está longe da incontestável hegemonia de outrora. A esse propósito, o antropólogo Hermano Viana aponta a dimensão da ruptura que se opera contemporaneamente no arranjo clássico da indústria da música:

as conseqüências da revolução digital foram imediatas. O modelo de negócios da “indústria cultural”, que funciona na base do broadcast, poucos-para-muitos, ainda não conseguiu se adaptar ao mundo das redes, muitos-para-muitos. Por exemplo, o mundo das gravadoras de discos, que comandava o mercado mundial de música popular, praticamente desmoronou. Milhares de pequenos estúdios surgiram em todas as periferias. Seus produtos são distribuídos via internet e fazem sucesso sem precisar de rádio, imprensa, TV (apud MARSIGLIA, 2013, p13.).

As práticas naturalizadas da tradicional indústria do disco mantiveram as grandes gravadoras no topo da cadeia de distribuição por décadas no país, mas não sem resistências. Inúmeros são os casos de artistas que se revoltaram contra esse modelo, uma vez que a maior parte do faturamento pela venda dos álbuns ficava com os produtores e executivos, ou seja, com a gravadora. Pequenos selos independentes foram criados como forma de fugir do modelo de broadcast encarnado pela grande indústria. Vale ressaltar, contudo, que, a despeito dessas iniciativas, o poder das grandes gravadoras permanecia inabalável, uma vez que a divulgação e a distribuição eram dominadas pela grande indústria. Tocar na rádio era, assim, mais do que uma forma de vender discos: era uma forma de atrair o público para os shows, verdadeira fonte do faturamento dos artistas, salvo raríssimas exceções.

Adequar-se às exigências de um mercado surgido da pulverização em pequenos estúdios, bem como da livre distribuição pela internet e por vendedores ambulantes é um desafio ainda incompreendido pelas gravadoras. Lidar com essas mudanças estruturais exige um novo olhar sobre a cadeia de produção, o que parece ter sido compreendido por atores marginais à grande indústria que passaram a ocupar lugar de destaque nas últimas décadas.

A venda de CDs caiu de 94 milhões de unidades, em 2000, para 52,9 milhões em 2005, segundo dados da Associação Brasileira dos Produtores de Discos — a ABPD.

Com a fusão de duas das maiores gravadoras do país — Sony e BMG —, o catálogo de artistas nacionais sofreu redução em cerca de 30%, passando de 52 artistas, em 2004, para 35, em 2007 (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 19).

As modificações observadas na distribuição e divulgação dos trabalhos dos artistas da música brasileira são por demais profundas para não impactar também o imaginário associado à indústria fonográfica. O poder antes incontestável das grandes gravadoras passou a ser questionado abertamente por meio de práticas que subvertem o esquema tradicionalmente construído no mundo do entretenimento. Não por acaso, a hoje nacionalmente conhecida cantora paraense Gaby Amarantos, na música “Xirlei”, discorre sobre o imaginário dos discos prensados de maneira caseira e afirma: “eu vou samplear, eu vou te roubar”. É uma clara afronta aos direitos intelectuais protegidos pelas campanhas antipirataria, que, a despeito do apoio da grande indústria, nunca foram bem-sucedidas no país.

Os atores do tecnobrega pouco se lembram da existência de direitos autorais. E, se estes são lembrados, pouco preocupam os agentes participantes do circuito em questão. Na esfera do tecnobrega, música circulando livremente significa divulgação. E divulgação significa novos contratos e recompensas futuras (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 48).

Gaby Amarantos é atualmente contratada de uma gravadora, mas seu sucesso começou dentro do esquema de produção e distribuição do tecnobrega. O caso de Gaby, contudo, é exceção. A gravadora não faz parte do universo tecnobrega. A cantora, aliás, utilizou-se das práticas combatidas pelas *majors*, como a distribuição de discos prensados de forma caseira e pirateados por vendedores ambulantes. Antes do estouro de sua carreira, ela desempenhou, além da função de artista, diversos papéis: maquiadora, figurinista e até vendedora de discos. O contrato com uma gravadora ocorreu apenas após o alcance de sucesso e a projeção fora do Pará.

A carreira dos artistas de tecnobrega envolve um mercado muito diferente daquele tradicional; possui outras regras e atores e um arranjo claramente horizontalizado. Os camelôs, nesse caso, são considerados partícipes do sucesso de determinados nomes. A pirataria no tecnobrega faz parte do processo de produção dos artistas desde a sua concepção, como um dos elementos essenciais na cadeia de divulgação e distribuição. Sem os vendedores ambulantes, dentro desse novo universo, o alcance do sucesso torna-se impraticável.

Ao contrário do que se pode pensar, a entrada nos meios de comunicação de massa não foi o que possibilitou o sucesso do circuito tecnobrega. Foi a conquista de um público massivo que fez com que o novo estilo entrasse na pauta destes meios, por demanda dos ouvintes ou pela percepção dos produtores de televisão, de que não poderiam mais ignorar o fenômeno (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 31).

A lógica da oposição entre artista (título conferido pelas gravadoras aos intérpretes e autores das canções) e músico (mero executor da obra de outrem, quase um trabalhador braçal) pautou, durante muito tempo, as relações entre artistas, músicos e autores no mercado fonográfico brasileiro. No caso do brega paraense ou mesmo do funk carioca, o artista, o criador e o “trabalhador braçal”, aquele considerado antes mero executor, ocupam posições menos marcadas, mais horizontais. O artista e o vendedor de discos encontram-se fundidos, muitas vezes em um único personagem. Trata-se de uma lógica de produção em que, mais que meros contratados, os executores são parceiros do projeto.

As *majors* parecem perder o controle de uma indústria até então fortemente concentrada. O poder, antes incontestado, das gravadoras e das emissoras de rádio era tão grande que muitos sucessos puderam ser forjados por meio de estratégias heterodoxas, como o pagamento de “jabás¹” às rádios no intuito de transformar músicas em hits.

Com a queda nas vendas de discos e redução dos catálogos, os investimentos das gravadoras ficam comprometidos. Dentro dos parâmetros do mercado formal e das grandes gravadoras, o impacto é, evidentemente, ainda mais excludente no contexto da periferia de Belém. Mas, enquanto os considerados centros da produção musical enfrentam o acirramento da crise, as periferias globais, inseridas em um cenário de inovação artística e apropriação de novas tecnologias, criam suas próprias saídas para os gargalos de produção locais (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 179).

A indústria fonográfica brasileira, nos seus primórdios, era bem menos organizada que nos dias atuais. As relações tendiam a certa informalidade, como em toda indústria nascente. Aos poucos, contudo, o profissionalismo foi aumentando ao ponto de as relações tornarem-se pautadas pela lógica do lucro rápido.

No universo tecnobrega, os artistas utilizam a venda (ou distribuição gratuita) de CDs e de músicas pela internet como forma de divulgação de suas apresentações ao vivo. Isso não difere muito da indústria fonográfica tradicional, uma vez que a maior parte dos recursos oriundos da venda de discos “originais”, termo que não faz sentido no fenômeno paraense, ficava com a gravadora. As semelhanças com o esquema tradicional da indústria do disco, no entanto, param por aí. A centralidade e a abrangência da pirataria no fenômeno paraense é um fenômeno relativamente novo e produto dos avanços tecnológicos das últimas décadas. Os discos originais, nesse caso, são os discos pirateados, o que faz com que campanhas antipirataria percam completamente o sentido no contexto em que se inserem os artistas de tecnobrega.

¹ Jabás: dinheiro pago às rádios para executar as músicas lançadas pelas gravadoras

Esses artistas e grupos, aproveitando-se do barateamento dos custos de produção e dos novos meios de divulgação, verticalizam sua produção, compondo, gravando, produzindo, distribuindo e divulgando seus trabalhos por conta própria, assumindo para si tarefas antes realizadas por terceiros, especialmente pelas gravadoras (PERPETUO; SILVEIRA, 2009, p 34.).

A maioria dos artistas de tecnobrega não possui vínculo com gravadoras.² A apresentação dos artistas se dá basicamente pela pirataria — ser pirateado é vital para que o artista alcance prestígio e sucesso financeiro. Quanto mais ele é ouvido, maior é a possibilidade de alcançar o estrelato no mundo brega, que é medido pelo número de shows que um artista faz por semana. A periferia de Belém é o grande mercado experimental onde esses artistas são testados e, a partir daí, exportados para cidades do Pará, do Maranhão, do Ceará, do Piauí e da Paraíba.

A memória da música popular brasileira passa também pelas disputas que ocorreram em salas de executivos de gravadoras. Os silenciamentos históricos de artistas que gozaram de bastante popularidade no país e que caíram em desgraça ao perder o apoio dos grandes executivos e da sua rede de contatos em rádios e TV é um exemplo do poder da indústria. Contudo, a história possui um caráter de narrativa que, de forma alguma, é definitiva, estando aberta a diferentes abordagens. Dentro dessa perspectiva, seria igualmente equivocada uma visão pressupondo o controle absoluto por parte das gravadoras.

A história da música brasileira é cheia de casos de artistas que estavam “com os dias contados” e seguem fazendo sucesso até os dias atuais. A banda Kid Abelha, por exemplo, a despeito de apelidada de QI de Abelha e brega, nos anos 1980, persiste como uma das bandas de maior sucesso do pop-rock brasileiro, seu DVD de 30 anos ficou entre os mais vendidos de 2013, e há dezenas de hits radiofônicos em sua carreira. Inúmeras contingências, porém, operam para que um grupo ou artista persista em alta; jamais seria possível falar em controle absoluto de gostos e preferências por parte dos atores envolvidos no sucesso de determinados nomes, como os executivos das gravadoras, embora sua influência não seja em nada desprezível.

A propagada morte do CD como suporte, apesar do alarde, não é o fenômeno central das recentes transformações operadas na indústria fonográfica. Os suportes podem desaparecer e ressurgir. Esse fenômeno é observado, por exemplo, no caso dos clássicos discos de vinil, que, após um período de latência, tornaram-se objetos de desejo para

² De acordo com uma pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), 88% dos grupos de tecnobrega paraense nunca tiveram contrato com uma gravadora.

colecionadores, levando inúmeros artistas a investir nesse formato ao lançar novos trabalhos. O LP virou artigo de luxo, com preços bem acima daquele de outros suportes.

É certo que os aplicativos, os álbuns on-line e os downloads impactaram diretamente o papel do CD na cadeia de produção e distribuição da música, mas, apesar das previsões apressadas, os *compact discs* continuam fortes e amplamente comercializados por vendedores ambulantes país afora. Em Belém, por exemplo, o CD segue dominando as bancas de vendedores ambulantes de brega.

A grande mudança na indústria da música não está nos suportes, mas na abertura de novos canais de divulgação num ambiente antes controlado pelo arranjo verticalizado da tradicional indústria do disco. Distribuição e divulgação são fundamentais para que um artista alcance o sucesso, e esses dois fatores são perfeitamente supridos pelo esquema da indústria do tecnobrega paraense.

3 O BREGA CLÁSSICO

Eu senti como era pesado o meu corpo pequeno. Eu não tinha cor, forma física, era apenas uma sombra branca para os produtores. Um simples anãozinho grotesco.
Nelson Ned

Não dá mais para dissimular ou esconder. A produção musical “brega” ou “cafona” é um fato da nossa realidade cultural e, assim como a da bossa nova ou a do tropicalismo, precisa ser pesquisada e analisada. Paulo César Araújo

O termo “brega”, como afirma Israel Fontanella (2008), é comumente usado no Brasil para se referir àquilo que é classificado como de “mau gosto” e, na maioria das vezes, de origem popular. Paulo César de Araújo (2003) indica que a palavra começou a ser usada no início da década de 1980, para fazer referência a uma vertente de músicos populares antes chamados de cafonas. Entre os cantores bregas “clássicos” (ARAÚJO, 2003), estariam Sidney Magal, Agepê, Peninha, Amado Batista, Diana, Gilliard, Odair José e Carlos Alexandre.

Percebe-se que a denominação brega foi imposta e não criada pelo seu público consumidor, daí a segunda dificuldade em definirmos com clareza o que seria música brega, uma vez que, mesmo que essa tendência tenha sido reconhecida atualmente por muitos adeptos, inclusive por artistas, previamente seu significado já carrega todo um conjunto excessivo de características pejorativas construídas historicamente (FONTANELLA, 2008, p. 10).

Cabe ressaltar que os artistas bregas contribuíram de maneira significativa para a consolidação do mercado fonográfico brasileiro. Suas particularidades de consumo e fruição, ligadas às tradicionais classes populares, contudo, levaram a música brega a uma demonização por parte da crítica especializada.

A alcunha brega foi, de fato, conscientemente evitada por inúmeros artistas assim nomeados pela crítica. Embora alguns nomes associados ao gênero, como Reginaldo Rossi e Falcão, tenham se apropriado do termo de forma positiva, inúmeros outros se sentiam pouco à vontade com o uso da palavra.

Precisamos assumir nossa incultura. Claro que, para a nossa minoria e da qual fazemos parte, seria maravilhoso que os maiores vendedores de discos fossem Chico Buarque, Tom Jobim, João Gilberto, Elis Regina, Caetano Veloso, Milton Nascimento, etc. Mas não são. Os ídolos deste povo são Roberto Carlos, Sidney Magal, Waldick Soriano, Odair José, Lindomar Castilho, Tião Carreiro e Pardinho Milionário e Zé Rico, Zé Bettio, etc.

O dia em que o rádio e a televisão mostrarem a importância dos Joãos Gilbertos, por exemplo, haverá por parte da grande maioria uma tomada de consciência e, talvez, ele venha a se igualar em popularidade aos Magal da vida. Mas, enquanto isso não acontece, é forçoso reconhecer que não adianta ir contra o povo. Ele está preparado

para ir até Magal e daí para frente ele não entende mais nada [...]. Sidney Magal é o povo e o que é que essa gente tem contra o povo? (SILVA, 2002, p. 186-187).

Durante a ditadura militar, os artistas politicamente engajados e consumidos pelas classes médias de esquerda passaram a ser definidos como representantes da autêntica MPB. Araújo (2003), em *Eu não sou cachorro, não*, afirma que a ideia de alienação atribuída aos cantores bregas ou românticos, herdeiros de grandes nomes do rádio aliados às guitarras da Jovem Guarda, aos teclados e às programações eletrônicas, vinha, em parte, de sua desvinculação com questões políticas.

Os grupos cepecistas, como eram chamados os membros da União Nacional dos Estudantes (UNE) que lotavam os festivais da então considerada “autêntica música popular brasileira”, ajudaram a criar a distinção entre a música com efetivo valor artístico ou reflexivo, a chamada MPB, e a música tida como descartável, a Jovem Guarda, o brega ou o cafona.

A associação do nome de artistas ao brega, muitas vezes caracterizando-os como uma espécie de sub-MPB, de fácil absorção e descarte, tendeu a desqualificar e reduzir sua importância ao longo da história. Inúmeros críticos musicais utilizaram-se da palavra “brega” para distinguir, como diria Pierre Bourdieu (2006), a música supostamente comercial, produzida por alguns artistas, da verdadeira MPB. O epíteto de MPB certamente não incluiu nomes que gozaram de muita popularidade.

Embora o crítico também conteste a oposição [...] entre o que é de prestígio e o que é comercial, afirmando que na verdade todos são comerciais na medida em que todos fazem disco para vender, ele próprio termina por reproduzir a mesma oposição em seu discurso, ao declarar que há de qualquer forma um comercial melhor e um comercial pelo comercial (MORELLI, 2009, p. 172).

Alguns artistas, como Belchior e Raimundo Fagner, foram considerados autênticos representantes da MPB no início de suas carreiras. A partir de um determinado momento, porém, por causa de uma guinada em suas carreiras, passaram a figurar entre os artistas chamados de bregas. Nesses dois casos, a relação entre sucesso de público e crítica mostra-se bastante sinuosa. Muitas vezes, as duas esferas atuam em convergência; em outros momentos, são vistas como opostas. Fagner, por exemplo, em sua fase considerada brega, continuava a alcançar números expressivos de venda, mas o prestígio perante os críticos foi desaparecendo.

O discurso de responsáveis por departamentos de imprensa de gravadoras é todo ele pontilhado de referências de “público” em oposição à crítica, muito embora tais referências tenham por objetivo principal afirmar que mesmo a produção tida por mais comercial pela crítica tem, contudo o respaldo do público que a consome. (MORELLI, 2009, p. 172)

Araújo (2003) afirma que, embora a música de artistas como Waldick Soriano ou Odair José sejam documentos da história brasileira de igual importância, esses cantores não fazem parte da historiografia oficial da MPB. O gosto das autodenominadas elites culturais brasileiras, para Araújo, acabou por tornar-se o “locus” por excelência da narrativa hegemônica a respeito da nossa música dita popular

Inclusive, a exclusão dos grandes nomes bregas da historiografia oficial acabou por alimentar uma hierarquia hoje estabelecida no imaginário dos apreciadores de MPB. Artistas como João Gilberto ou Tom Jobim desfrutam do chamado “valor honorífico” de suas obras, valor este negado historicamente aos artistas da música brega (MORELLI, 2009).

O valor honorífico pode ser entendido como aquele advindo da posição de uma obra em relação às demais produzidas por outros artistas no mesmo campo de atuação, uma espécie de prestígio muito parecido com aquele de que goza uma pintura quando bem avaliada por críticos e *marchands*. É interessante notar que esse valor converteu-se em estratégia de mercado ao negar exatamente o caráter comercial das obras. Ou seja, negar o caráter comercial da obra de alguns artistas pode ser considerado uma estratégia para vendê-la a um determinado grupo que se autorreconhece como exigente. O famoso CPC da UNE foi um dos agentes mais contundentes na crítica aos artistas supostamente alienados.

A necessidade de legitimidade conferida por artistas que gozam de elevada posição perante a crítica, como Caetano Veloso, ao gravar Peninha, fica patente na afirmação de Vinícius Rodrigues Alves de Souza:

artistas antes relegados ao ostracismo, ao escárnio, ou à indiferença, quando passaram a ter seus trabalhos incluídos no repertório da intelectualidade hegemônica, passaram a ser concebidos de outra forma, conquistando um reconhecimento [...]. Essa construção distintiva do que seria uma música politicamente importante ou não, reforçada por essa intelectualidade cepecista, foi sendo cada vez mais concretizada em tempos posteriores (SOUZA, 2008, p. 16).

O cantor Roberto Carlos é um notável exemplo de artista rechaçado pelo tradicional público de MPB. Seu nome carrega ainda hoje, entre parte dos apreciadores de Chico Buarque, Tom Jobim ou Edu Lobo, a pecha de artista menor ou excessivamente popular. Roberto seria “muito romântico” e produtor de *hits* fáceis, vendáveis e de menor valor artístico. Desde o início de sua carreira, o cantor enfrentou forte resistência dos setores mais ligados à “verdadeira música popular brasileira”, termo usado à época para diferenciar os artistas supostamente americanizados, que usavam guitarras, daqueles ligados à tradição mais nacionalista.

Cabe recordar que, em 17 de julho de 1967, uma passeata capitaneada pela cantora Elis Regina foi realizada na cidade de São Paulo, sob o slogan “Defender o que é nosso”, contra o uso das guitarras no Brasil. Roberto e os demais artistas da Jovem Guarda foram alvos preferenciais do movimento.

Em 1976, quando a cantora Nara Leão dedicou um álbum inteiro à obra do cantor, sua “coragem” foi saudada por diversos “especialistas” que afirmavam estar a artista rompendo com uma espécie de fronteira ao gravar um compositor de viés “tão popular”. É interessante notar como os críticos aclamavam a atitude da cantora, notadamente ligada à história da bossa nova, do Tropicalismo e do samba de protesto, e tomavam-na como conferidora de credibilidade ao compositor Roberto Carlos.

As gravadoras e os críticos brasileiros certamente ajudaram a delimitar a fronteira entre o que seria MPB e o cafona, que posteriormente foi chamado de brega. Tais termos em oposição, brega e MPB, não eram meramente definidores de gêneros musicais; representavam estratégias de mercado que se utilizavam do imaginário da diferenciação entre classes sociais. As classes mais altas consumiriam o que veio a ser definido ironicamente como música *popular* brasileira, ao passo que artistas que gozavam de grande prestígio entre um vasto público eram associados às classes mais baixas e, conseqüentemente, considerados piegas e excessivos. Não por acaso, o cantor Odair José recebeu a alcunha de “grande terror das empregadas”.

Embora o rótulo “brega” certamente tenha conferido lugar secundário na historiografia oficial da música brasileira a certas manifestações visuais e sonoras, essas manifestações estéticas que transcendem, e muito, a música jamais dependeram da chancela dos críticos para resistir e alcançar números impressionantes de vendas. No caso do tecnobrega paraense, por exemplo, a crítica inicial não inviabilizou sua sobrevivência. Trata-se de um movimento que atinge milhares de pessoas e possui suas próprias distinções, hierarquias e categorias, independente da aprovação de uma chamada elite cultural.

Além disso, a música brega nunca esteve totalmente circunscrita a determinados grupos. As tradicionais classes médias, que, via de regra, não incluíam o brega em seus discursos públicos a respeito do gosto pessoal, também ouviam esses artistas.

Entre 1968 e 1978, segundo Araújo, os artistas bregas sempre apareciam nas listas das mais altas vendas do mercado fonográfico, e seus discos batiam recordes de execução nas rádios de todo o país. Não seria exagerado dizer que esses artistas foram vitais na consolidação do mercado fonográfico brasileiro nos anos 1970. Odair José, Nelson Ned,

Agnaldo Timóteo, Waldick Soriano, Cláudia Barroso, Benito di Paula e Dom & Ravel gozavam de altíssima popularidade. Canções como “Eu não sou cachorro, não”, “Pare de tomar a pílula” e “Vou tirar você desse lugar” certamente fazem parte da memória de inúmeros brasileiros.

O gosto, segundo Bourdieu (2006), é uma das formas por excelência de conformar hierarquias. De fato, as elites, tanto as tradicionais como as emergentes, buscaram diferenciar-se por meio de gostos supostamente superiores ao longo da história. Surgiu assim a noção de que existiriam formas mais legítimas de acessar os produtos culturais, o que em última instância conferiria um *status* de superioridade. Cultura, nessa visão, é quase sinônimo de educação formal, privilégio de alguns doutos, visão que destoa da concepção de cultura como inerente à condição humana

Adorno, em seu já clássico *A indústria cultural*, publicado originalmente em 1947, foi criticado por desconsiderar quase completamente o papel do receptor, que se materializaria na ideia de um consumidor passivo de produtos culturais (FEATHERSTONE, 1995). Ao afirmar que a lógica do mercado e a sua consequente racionalidade técnica moldariam o produto cultural, o autor parece considerar as produções culturais meros acessórios erigidos sob a pura lógica do mercado, uma reificação da ideia defendida por Marx de estrutura e superestrutura.

O pensamento associado à Escola de Frankfurt é, além de crítico, bastante pessimista em relação ao vínculo entre cultura e mercadoria. Ele enfatiza o fenômeno da concentração econômica, da perda da autonomia da produção cultural e de sua completa submissão à lógica do dinheiro. Ele também estabelece uma franca dicotomia entre a arte autêntica e a cultura de massa e denuncia, de maneira permanente, a degradação da inteligência que a submissão da criação artística ao mundo da mercadoria provoca (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 175).

Embora a visão de Adorno seja percebida por diversos autores como reducionista, e em larga medida elitista (TURNER, 1988), vários conceitos por ele trazidos podem ser instrumentais para analisar produções culturais contemporâneas. O conceito de indústria cultural, por exemplo, é vital para analisar o mercado da criação artística na contemporaneidade e a lógica intrínseca da produção em série numa sociedade permeada pelo discurso econômico quase onipresente. Faz-se mister, contudo, atribuir outros significados ao conceito a fim de superar a rigidez da visão de cultura restrita depreendida do autor.

Parte-se aqui de uma visão ampliada de cultura, mas a visão dicotômica de alta e baixa cultura parece ser reproduzida pelo mercado de maneira tácita. Um bom exemplo é a segmentação de produtos por critérios como o suposto nível de exigência de seus públicos-alvo. Inúmeras publicidades de revistas, jornais e mesmo de espetáculos musicais e teatrais

utilizam-se do recurso ao apelo causado pelo imaginário de um público inteligente, erudito, como forma de diferenciar sua produção daquela desenvolvida para um público “menos cultivado” (BOURDIEU, 2006). Vários produtos para as classes A e B (NERI, 2011), por exemplo, trazem em suas publicidades a ideia de pertencerem a um mercado cultural mais sofisticado, moldado conforme as demandas de um público supostamente bem informado, exigente e crítico.

Há uma oferta de mercadorias em constante renovação, o que dá a ilusão da completa trocabilidade dos bens e do acesso irrestrito a eles; no entanto, o “gosto” legítimo conhecimento dos princípios de classificação, hierarquia e adequação é restrito, como acontece nos sistemas da moda (FEATHERSTONE, 1995, p. 36).

Bourdieu enfatiza as relações entre posições sociais, dominação, hierarquias e distribuição desigual do poder de categorizar e classificar. No caso da música produzida na periferia das grandes cidades, contudo, a relação quase necessária entre condições de classe social e gosto parece demasiadamente fatalista.

“Bourdiesianamente”, tais estratos sociais têm menos acesso à educação formal de qualidade e apresentam predileções estéticas que de alguma forma se relacionam com seu pertencimento social, quase sempre girando em torno de determinados gêneros musicais específicos, pouco legitimados pela crítica (TROTTA; ROXO, 2014, p. 4).

Como todo modelo de entendimento da realidade, a ideia da distinção defendida por Bourdieu possui limites e pontos cegos. O exemplo dos jovens evangélicos das comunidades periféricas, seus gostos musicais e predileções estéticas revela que, em alguns casos, jovens que se encontram nos mesmos bairros, nas mesmas ruas, em condições socioeconômicas similares, podem ter gostos radicalmente distintos. As distâncias simbólicas mostraram-se enormes no caso de alguns jovens evangélicos do bairro Jurunas, em Belém, que, questionados durante a presente pesquisa, a respeito do tecnobrega, disseram não apreciar o gênero por se tratar de “música do mundo”, em contraste à música de Deus, produzida por cantores gospel. É interessante notar que, muitas vezes, tais músicas não apresentam grande diferença na melodia, na estrutura de gravação, sofrendo modificação principalmente em suas letras, que de temas sensuais passam a louvar a Deus. A comunidade do rap, extremamente forte na periferia de Belém, também não escuta preferencialmente o tecnobrega. Suas roupas, seus modos de agir e falar são, em vários pontos, distintos daqueles encontrados entre os adeptos das festas de aparelhagem.

Ainda que possamos concordar em linhas gerais com uma certa tendência de predileções estéticas que possa confirmar a teoria de Bourdieu, sua interpretação sobre a homologia entre classe e gosto ignora nuances que, no nosso entender, são

significativas. A diversidade das chamadas “classes populares” é suficientemente grande para duvidarmos de um gosto musical comum que atravesse todas as diferentes inserções nesse contexto tão amplo (TROTТА, ROXO, p. 4).

Falar do fenômeno tecnobrega paraense fazendo um recorte de classe, como um movimento estético basicamente periférico, resumiria as dimensões do vivido a um lugar-comum. As instituições sociais dos mais diversos matizes podem ser compreendidas com base na ausência de contornos nítidos, que muitas vezes são fruto de um mau uso do conceito de classe.

As narrativas a respeito de músicas produzidas nas periferias podem muitas vezes revelar-se por demais esquemáticas. As identidades e hierarquias simbólicas contemporâneas expõem suas incongruências, ambivalências e fissuras (HALL, 2002). A ideia de um sujeito ou uma comunidade estável, produto de uma mentalidade positivista, parece desmoronar ante a profusão de significados atribuídos aos atores sociais em espaços simbólicos distintos. O dilema contemporâneo em torno de um índice seguro para definir o pertencimento de um sujeito a um único grupo é apenas um exemplo de uma das características básicas das instituições contemporâneas: a ausência de contornos nítidos e a precariedade (BAUMAN, 2003).

4 A PERIFERIA BEM-SUCEDIDA

A diversidade é inerente à condição humana, ou, dito de outra maneira, o que faz do humano algo humano é justamente a diversidade. Grupos marginalizados, contudo, são comumente vistos como entes generizados, uma visão que, em última instância, parece contribuir para desumanizar certas populações. Essa questão torna-se clara quando vemos, nos noticiários, crimes e tragédias receberem destaque em razão das condições materiais das vítimas. Um massacre em Osasco ou no Carandiru não chama tanto a atenção quanto crimes em Ipanema.

Os bairros periféricos não são um bloco homogêneo generizado, como as análises apressadas fariam supor. Mesmo as favelas possuem grande diversidade, inclusive de condições materiais. Não existe, igualmente, um gosto compartilhado por todos os moradores da favela ou comportamentos comuns a todos.

Devemos superar a visão de que a favela é um todo homogêneo que pode ser descrito com base em rótulos fixos e últimos. A favela não é isso ou aquilo, mas abarca, dentre outras coisas, isso ou aquilo. Essa advertência é importante para que ressaltemos o erro que cometeríamos caso lidássemos com a favela como se ela fosse o piso social brasileiro e, a priori, ignorássemos as assimetrias que existem entre os moradores desses agregados (BRAGA, 2014, p5.).

Definições como “música da periferia” são pouco elucidativas, uma vez que abrigam uma vasta gama de sonoridades e acabam por obscurecê-las. Obviamente, não se busca aqui negar a influência das condições materiais nas construções simbólicas, mas chamar a atenção para a diversidade de gostos e códigos presentes em igualdade de posições socioculturais. Um indivíduo pode não se reconhecer em generalizações e categorizações que levem em conta apenas a posição ocupada em determinada classe social.

Mais interessante do que buscar práticas musicais que sejam próprias ou diretamente relacionadas a determinados setores da sociedade seria pensar em determinadas músicas que apresentam narrativas, sonoridades e temáticas que atingem de modo mais amplo a população. Assim, ao serem difundidas em larga escala, tais repertórios são apropriados por sujeitos de diversos estratos sociais (TROTTA; ROXO, 2014, p. 4).

Não se nega, igualmente, que o gosto das elites, materializado na figura dos clássicos críticos musicais, literários e de cinema, possui relevância nas classificações dos indivíduos ou grupos sociais. Contudo, existem múltiplos sistemas classificatórios de prestígio, muitos deles não ligados à ideia de um gosto superior de classe. A verdade é que se atribui uma

preponderância exagerada a um sistema classificatório das chamadas elites. Bourdieu tem sido muito criticado em razão da centralidade do conceito de capital cultural e suas implicações na análise das diferenciações hierárquicas de gostos e estilos que ajudariam a fundar a hegemonia simbólica de certas classes sociais. A noção de Bourdieu deve ser complementada com a ideia de que existem redes de prestígio diversas, fundadas nos mais variados critérios. Os grupos economicamente hegemônicos não detêm, assim, um prestígio absoluto, mas um prestígio específico com referências importantes para grupos localizados. Ou seja, mesmo as posições hegemônicas são negociadas em diferentes contextos, nos quais códigos específicos são partilhados por determinadas comunidades.

O imaginário do “popular bem-sucedido” é um bom exemplo da diversidade de sistemas de prestígio numa sociedade (TROTTA; ROXO, 2014). Embora a crítica “torça o nariz” para o sertanejo universitário, o funk e o tecnobrega, o fato de ídolos como Neymar prestigiarem canções como “Eu quero tchu, eu quero tcha” ou “Ai, se eu te pego”, valoriza os músicos tidos como excessivamente populares. Os artistas com frequência recebem um grande reforço de popularidade ao terem suas músicas cantadas e coreografadas nos campos de futebol no momento da comemoração dos gols. Isso ocorre exatamente pelo fato de esses ídolos esportivos pertencerem a um grupo considerado comum e, portanto, deterem um gosto acessível a qualquer pessoa (ainda que a parcela dos garotos de periferia que sonha com a glória do futebol e chega ao sucesso seja ínfima). Esse imaginário vem acompanhado da ideia do emergente que supera os obstáculos, as privações, e acaba vencendo por seu mérito e esforço. Esse, aliás, é o enredo da vida de muitas celebridades do futebol, bem como de cantores de sertanejo universitário ou funk.

A cultura das celebridades, entretanto, não está restrita à ideia de superação pelo talento. A fortuna, o glamour e a ostentação em si associados aos grupos emergentes, como jogadores de futebol e os próprios músicos de gêneros populares, como o sertanejo universitário ou o funk, exercem grande fascínio na sociedade brasileira. Revistas de celebridades, comerciais de TV e publicidade em geral promovem artistas e atletas como grandes representantes do sucesso individual, um dos pilares da sociedade capitalista. A valorização de certas expressões musicais e estéticas dos vencedores, em outros contextos tidas como pobres e descartáveis, revela o deslumbre gerado pelo sucesso financeiro. O encantamento pelo sucesso em si parece ganhar mais força a cada dia em uma sociedade

“midiatizada”. Em tempos de redes sociais, a fama aparenta estar acessível a todos, embora poucos cheguem a efetivamente conhecê-la.

Consequentemente, a autopromoção surgiu como forma de elevar esse sujeito a uma condição não experienciada antes: a de ídolo. Assim, na contemporaneidade, a fama tão almejada não necessariamente precisa estar ligada a grandes feitos, a atos heroicos. A fama pela fama vai além das habilidades excepcionais, se conforma e encerra na figura da celebridade em si (FRANCA; DORNELAS, 2014, p. 5).

Os ídolos na contemporaneidade parecem exercer um fascínio que jamais conheceram em outros tempos (MORATO; GIGLIO; GOMES, 2011). É muito comum fãs lotarem os estádios de futebol motivados pela presença de certas estrelas. Nesse caso, o público não é composto de torcedores, uma vez que não existe necessariamente ligação com o clube de futebol, e sim um fascínio pelo sucesso individual de certos jogadores. O caso dos jogadores de futebol pode ser bastante elucidativo a respeito do momento vivido pela indústria do entretenimento. Não se trata mais de atletas, e sim de celebridades, o que eles fazem nos estádios pode contar menos do que seu comportamento na vida pessoal, seus romances e suas baladas. A indústria das celebridades não está certamente circunscrita ao mundo dos esportes; essa é uma lógica de compreensão do sucesso como ápice de um processo que é, basicamente, individual.

5 O TECNOBREGA PARAENSE

O circuito do tecnobrega espelha os novos modelos de produção cultural, que estão emergindo das periferias globais. Ali encontramos novos rumos para a cultura: os negócios, as relações sociais e econômicas de uma nova era (LEMOS; CASTRO, 2008, p18.).

Sheila nasceu e cresceu na periferia de Belém, especificamente no bairro do Jurunas. Trabalha em uma loja de roupas, mas sonha em ter seu salão de beleza. Toda segunda-feira, ela vai “curtir” nas festas de aparelhagem. Seu namorado é um famoso DJ na cena do tecnobrega paraense. Entrevistei Sheila na entrada de uma festa:”comecei a frequentar as festas por causa do meu namorado. Eu não gostava de aparelhagem antes. Era evangélica. Ainda acredito em Deus, mas quero aproveitar. Quando estou curtindo, meu namorado está trabalhando. Ele faz muitas declarações de amor para mim durante a festa. Me sinto como uma princesa.Tinha vergonha de dizer que era do Jurunas, mas agora, depois da Gaby [Amarantos], nosso bairro ficou famoso, chique. Não tenho mais vergonha daqui” (Sheila).

No discurso de Sheila, percebe-se que o tecnobrega desperta muito preconceito, e não exclusivamente das elites de Belém. Segundo ela, não é difícil encontrar, em sua vizinhança, pessoas que condenam seu estilo de vida, principalmente pelo fato de estar toda segunda-feira nas festas de aparelhagem. Ao mesmo tempo, é possível notar, na fala de Sheila, indícios de mudanças causadas pelo sucesso do tecnobrega fora do Pará. O recente alargamento de público do tecnobrega no país, materializado na figura da cantora Gaby Amarantos, abriu as portas para que o ritmo passasse por uma revalorização em Belém. A própria Gaby afirma que, antes da fama, os barzinhos e restaurantes com música ao vivo dos bairros de classe média alta não queriam artistas cantando brega, a cantora só conseguia se apresentar com um repertório de MPB.

O tecnobrega, na realidade, é muito mais do que um gênero criado numa determinada região do país: trata-se de um grande exemplo de uma nova lógica de produção, calcada na distribuição por canais não hegemônicos. O processo de distribuição das gravadoras no Brasil, que assumiram, a partir da década de 1970, o papel de verdadeiros divulgadores dos artistas que constituíam as “apostas do momento”, parece agora em erosão diante do fortalecimento de novos canais de divulgação.Este mercado está mais para rede do que para “cadeia

produtiva”. Este termo, embora muito comum na área econômica, não parece o mais adequado para caracterizar um circuito em que os agentes não desempenham um único papel em que as relações de troca não são exclusivamente monetárias. Em suma, o circuito tecnobrega funciona a partir de relações muito mais dinâmicas e flexíveis do que a ideia de “cadeia” pode sugerir

A verticalidade que a ideia de cadeia traz não é adequada ao mundo da produção tecnobrega. Os atores encontram-se posicionados ao longo de redes que se entrecruzam na duplicidade de funções. O DJ não é nada sem o camelô, nem o empresário sem os estúdios caseiros. Obviamente, não se trata de um mercado sem hierarquias. Os donos das aparelhagens ganham mais que os camelôs, a diferença é que o camelô não é o rival da indústria, e sim parte inextricável dela.

Com apenas duas lojas vendendo CDs e DVDs de tecnobrega no mercado formal, os ambulantes tornaram-se o mais importante agente de distribuição deste gênero musical. DJs, aparelhagens e bandas contam com esse canal informal para divulgar suas músicas. Embora em algumas entrevistas essa relação pareça um pouco ambígua, o mercado informal é avaliado positivamente pela maioria dos agentes do tecnobrega. Dado o expressivo volume de vendas, justifica-se a importância atribuída aos ambulantes para a divulgação do gênero (LE MOS; CASTRO, 2008, p168.).

A indústria da música, contudo, não desapareceu, e a utopia de um mundo de acesso irrestrito aos seus bens permanece distante. Dentro do esquema de produção do tecnobrega, assim como dos chamados bens culturais, existem atores posicionados em diferentes espaços de poder. O arranjo é claramente mais horizontalizado, mas pode tender à verticalização com seu gradual desenvolvimento. É certo que as estruturas tradicionais da indústria fonográfica sofreram e sofrem transformações cada vez mais rápidas, mas a compreensão desse novo momento não pode prescindir da ideia de indústria.

O curta *A encantada do brega* faz uma releitura da clássica Cinderela, trazida para a periferia de Belém. A protagonista Stephanny, obrigada a colocar água oxigenada no açaí vendido pela família e constantemente humilhada pela madrasta e pelos meios-irmãos, encontra sua fada madrinha, que a ajuda a realizar o sonho de ir a uma festa de aparelhagem com um jerimum transformado em vale-transporte: conheça a história de Stephanny, uma batedora de açaí que sonha em conhecer uma festa de aparelhagem, porém é sempre impedida por sua madrasta e duas meias-irmãs, que a obrigam a adulterar açaí e enganar a vizinhança, até que acontecimentos mágicos mudam o rumo da sua história, enchendo a sua vida de muito brilho música e magia.

Encantada do Brega te leva para uma imersão nas cores e sons da periferia de Belém. Esse curta-metragem é tão ritmado quanto as batidas da aparelhagem de som. Sendo um recorte da cena cultural paraense atual, é o primeiro musical de tecnomelody da história! Então, te segura, porque a festa vai começar (<https://www.youtube.com/watch?v=jkASByzPWcw>).

O filme contou com mais de 150 mil visualizações em 10 dias na web e apresenta personagens notórios das aparelhagens nascidas na periferia de Belém. O sucesso do curta é apenas uma amostra das dimensões do tecnobrega paraense, que possui nas aparelhagens o ápice e símbolo da grandiosidade do movimento.

Diante da elasticidade e da abrangência do termo “brega”, faz-se vital reconhecer o tecnobrega paraense como um fenômeno singular dentro da categoria brega, que muitas vezes é falsamente entendida como um bloco homogêneo. Belém do Pará, nesse contexto, é apontada como o pólo de surgimento de um fenômeno musical e estético de grandes proporções, que ultrapassa a própria cidade. Graças a dois canais, os circuitos de bailes e grandes shows nas periferias e a distribuição por camelôs de discos prensados de maneira caseira (FONTANELLA, 2008), o brega paraense adquiriu contornos impressionantes, levando multidões às hoje famosas aparelhagens, festas com enormes estruturas de som e luz, dignas do *showbusiness* de matriz americana.

O fenômeno paraense desenvolveu-se à margem do interesse das grandes rádios e gravadoras, ajudando a forjar um mercado erigido sobre outras bases que não aquelas da indústria fonográfica tradicional. Uma das diferenças entre o brega romântico clássico e o tecnobrega paraense é justamente que este prescinde das gravadoras, enquanto aquele possuía nas gravadoras espaço cativo. Grandes gravadoras não raro tinham selos especializadas em música brega, de modo que, mesmo em circuitos no interior do Brasil, fora do eixo Rio-São Paulo, se fizessem presentes as gravadoras, detentoras dos meios para a gravação dos artistas, com estúdios e tecnologia exclusiva (MORELLI, 2009).

Diferentemente do brega clássico, mais lento e com letras românticas, o tecnobrega possui um ritmo frenético. Suas grandes estrelas são os DJs, que comandam de suas “naves” as festas. Chama a atenção o fato de que o DJ introduz a música e, a partir daí, o público é quem canta, enquanto o DJ fala com as pessoas presentes no local sem pausas, como uma espécie de narrador.

As aparelhagens contam com torcidas organizadas e, no caso do tecnobrega, o sucesso é medido por índices específicos. Um tecnobrega bem-sucedido não é propriamente aquele

que toca no rádio. O que interessa ao DJ é o sucesso nas aparelhagens, que pode ser medido pelo tamanho de sua torcida — existem muitas delas.

Descrever uma festa de aparelhagem, como nos lembram os autores da obra *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música* (LEMOS; CASTRO, 2008), não é tarefa fácil. O chão treme. As potentíssimas caixas projetam um som que pode ser ouvido por toda a cidade. A quantidade de pessoas, os recursos pirotécnicos e a narração dos DJs deixam o observador anestesiado ao primeiro contato. Frases como “nunca vi algo parecido” parecem nunca ter feito tanto sentido. O DJ não está escondido num canto; pelo contrário, ele é a grande estrela da noite.

A primeira experiência numa festa de aparelhagem pode ser ligeiramente difícil. Taxistas, vendedores ambulantes e fotógrafos diziam insistentemente que era preciso estar atento, uma vez que as festas seriam perigosíssimas. “Guarde bem a carteira” ou “cuidado com as brigas de torcida” são conselhos muito repetidos àqueles que desejam conhecer esse fenômeno.

Ao adentrar a festa, porém, percebe-se que o perigo não é maior do que aquele presente em outras aglomerações populares, como shows de axé ou de música sertaneja. O que realmente chama a atenção é a quantidade de recursos tecnológicos utilizados durante as festas. Os famosos telões de LED projetam cenários diferenciados, que podem ser mudados até 20 vezes durante a apresentação.

Um grupo de estrangeiros presentes no ambiente olhava para tudo e todos como que querendo entender o que se passava. Uma mulher muito branca dizia: “meu Deus, parece um show da Madonna! Como eles conseguem?”

O fenômeno do tecnobrega revela o cosmopolitismo de Belém e explicita seu caráter ao mesmo tempo local e global, com a forte influência da música eletrônica dos clubes das metrópoles do mundo. O apelo ao glamour e à ideia de sucesso individual é muito presente no universo tecnobrega e, assim como no funk ostentação, os DJs das aparelhagens exibem as marcas desse sucesso, apresentado como o ápice de um processo de superação da pobreza associada aos bairros periféricos de Belém. O uso de roupas de grife e adereços, como correntes de ouro, reforça o caráter dito emergente do tecnobrega.

Numa festa de aparelhagem, vários DJs se apresentam por noite. O prestígio é calculado dentro desse universo pela grandiosidade dos efeitos visuais e sonoros de cada aparelhagem: uma “grande aparelhagem” é medida pelos recursos tecnológicos que o DJ emprega em sua apresentação.

Cabe ressaltar que a música brega acabou por se transformar numa categoria extremamente abrangente, que reúne diversas sonoridades. Artistas como José Augusto são por vezes chamados de bregas ou pelo eufemismo de românticos. Assim, músicas bregas ou românticas podem denominar desde artistas como Reginaldo Rossi aos remanescentes da Jovem Guarda, como Wanderléa.

Com o desenvolvimento desse mercado alternativo, os músicos e produtores se profissionalizaram e passaram a contar com um apoio técnico e logístico e montavam shows de som e de luz cada vez mais impressionantes abrindo a oportunidade para que o brega paraense conquistasse novos mercados, fora das divisas do estado (FONTANELLA, 2008, p. 4).

A estrutura necessária para a produção das músicas do tecnobrega é relativamente simples, algo que contrasta com a megaprodução das festas das aparelhagens. A maior parte dos sucessos apresentados nas aparelhagens surgiram em casa, com programas simples de computador. Apresentar-se acompanhada de uma banda, como faz Gaby Amarantos, é uma exceção que aponta para o caráter híbrido do trabalho da artista: para muitos, uma cantora que “deixou de fazer tecnobrega” — que, a rigor, conta apenas com um artista e um computador. As batidas do tecnobrega no trabalho de Gaby mesclam-se a sonoridades mais elaboradas. Trata-se de algo novo, em que os elementos do brega aparecem de maneira estilizada.

Movimentado pelas festas, aparelhagens, artistas, estúdios, DJs, festeiros, casas de festas e de shows, empreendimentos de divulgação e venda de produtos relacionados ao brega, o mercado do tecnobrega é um dinâmico e pujante setor da economia de Belém (LE MOS; CASTRO, 2008, p. 43).

Públicos antes alheios ao brega, ao menos em seus discursos oficiais, vêm redescobrendo artistas como Waldick Soriano e Odair José. A esse respeito, vale destacar o lançamento da coletânea *Eu não sou cachorro, não*, em que artistas pop, como Paulo Miklos, Pato Fu e Zeca Baleiro, interpretam músicas de Waldick Soriano.³

Juntamente com a redescoberta dos clássicos bregueiros e o advento do tecnobrega, surgem cada vez mais híbridos, tais como o bregapop. A Banda UÓ, por exemplo, formada em Goiânia, utiliza-se de batidas típicas do tecnobrega paraense com elementos do *new wave* e do pop.

Apesar de ser tema de pesquisas internacionais — principalmente por seu esquema de divulgação —, o brega e sua variante atual, o tecnobrega, ainda são vistos como um gênero pobre, fadado a ser produzido e consumido regionalmente. Agora, com sucessos na internet e tendo ganhado o melhor webclipe no VMB, prêmio da MTV entregue no dia 20, a Banda Uó começa a mudar esse cenário. “Somos desbravadores da brasilidade”, diz Candy Mel, cantora de 20 anos do trio goiano. Eles abraçaram a levada eletrônica que domina a cena nortista e, com ela, levaram o

³ O álbum *Eu não sou cachorro, não* conta ainda com artistas como Mundo Livre S/A, Picassos Falsos e Mombojó.

prêmio decidido por voto popular e disputado com veteranos como Skank e Móveis Coloniais de Acaju e com o maior viral na internet da música independente neste ano: “Oração”, da Banda Mais Bonita da Cidade (SHIRAI, 2011).

O sucesso do tecnobrega fora da periferia de Belém não é um fenômeno isolado. A afirmação de uma estética tida como periférica parece contribuir para a ressignificação dos artistas bregas das décadas de 1970 e 1980. Nomes antes demonizados pela crítica e desprezados nos discursos oficiais de público da tradicional classe média parecem estar sendo descobertos pelas novas gerações.

Um bom exemplo para ilustrar esse novo momento do brega é o caso de Odair José. Esse artista, após ter sua biografia e sua obra discutidas com maior profundidade por Paulo César de Araújo (2003) no livro *Eu não sou cachorro, não*, foi lembrado por cantores e bandas como Paulo Miklos, Pato Fu, Zeca Baleiro, Mombojó e Mundo Livre S/A, em um álbum chamado *Vou tirar você desse lugar — tributo a Odair José*.

Hoje é possível dizer que, de fenômeno local, o tecnobrega passou a fenômeno nacional. Não é possível, contudo, dizer as implicações desse movimento. Gaby Amarantos, por exemplo, afirma continuar fiel a suas origens, embora diga que não é uma cantora de brega, e sim uma cantora de música brasileira produzida no Pará.

6 BRASILIDADE E BELEZA EM DISPUTA

É de vadia pra cima. Acham que eu estou à venda. Claro que tenho vizinhos legais, mas a maioria que convivia comigo antes, quando eu era evangélica, acha que eu me perdi quando comecei a namorar um DJ. A dona da loja em que eu trabalho é muito fina, ela não pensa isso, mas acha que eu estou perdendo tempo, que eu devia me vestir de outra maneira, me afastar do meu namorado, porque gente que frequenta aparelhagem é barra-pesada (Sheila).

As culturas nacionais, estabelecidas com base na ideia de Estado-nação, são ainda as grandes referências para o estabelecimento da identidade cultural. Elas podem ser entendidas como comunidades imaginadas, uma vez que não estão impressas nos genes humanos, e são produto da realidade simbólica.

Stuart Hall (2002) refere-se à cultura nacional como uma estrutura de poder cultural, ou seja, objeto de disputas e silenciamentos forçados das diferenças em seu interior, uma espécie de “versão dos vencedores”. Isso não quer dizer que a nação não exista. Mata-se e morre-se pelos símbolos, ou, dito de outra maneira, embora o Brasil e a brasilidade sejam inventados, o Brasil e a brasilidade existem, e sua existência faz-se presente na vida de milhões de pessoas.

A “brasilidade”, inspirada no conceito de “inglesidade” da obra de Stuart Hall, é formada e transformada por meio de representações que estão abertas a toda uma série de ressignificações ao longo da história.

Obras seminais, como *Casa-grande & senzala* (1933), *O povo brasileiro* (1995), *Raízes do Brasil* (1936), *Parceiros do Rio Bonito* (1964) e *Macunaíma* (1928) e diversas outras dos modernistas da década de 1920 são essenciais para qualquer pesquisador que busque falar de brasilidade, que está associada à comunidade simbólica brasileira. No presente trabalho, contudo, não se pretende esboçar um sistema de entendimento da brasilidade, e sim oferecer um relato etnográfico das mudanças operadas nas dimensões do belo e do gosto no país dos últimos anos.

Fenômenos como a recente ascensão das classes C e D (NERI, 2011) certamente vêm contribuindo para subverter o que seria entendido por brasilidade e bom gosto — dito de outra maneira, o que é considerado bonito no imaginário do país e aquilo que não deve ser mostrado, o feio, o abjeto, o indesejável.

Novos contingentes passaram a lotar espaços como aeroportos e lojas de departamento, antes ocupados exclusivamente pelas classes médias tradicionais. A democratização, mesmo que tímida, de locais antes proibidos a grandes parcelas da população, relegadas à invisibilidade social, fez com que o tipo ideal do frequentador de espaços destinados ao consumo, ou mesmo de universidades públicas ou privadas, sofresse significativas mudanças.

Certamente as mudanças operadas nos últimos anos não estão completas. O Brasil ainda convive com índices de desigualdade inaceitáveis do ponto de vista da justiça social. Os avanços construídos sofrem igualmente resistência de parcelas das classes médias tradicionais que não aceitam a democratização dos hábitos de consumo.

Muito comuns são os discursos a respeito do suposto empobrecimento que estaria subjacente à inclusão de novos contingentes no mundo do consumo de bens simbólicos. A esse respeito, vale citar a entrevista concedida pelo antropólogo Hermano Viana ao jornalista Ivan Marsiglia (2013). Após analisar as transformações econômicas do país sob o ponto de vista da democratização dos espaços destinados às mais diversas manifestações culturais, do funk ao tecnobrega, Viana argumenta contra uma reação conservadora ao movimento de afirmação da estética das periferias na mídia hegemônica: não tem quem me convença que há um fundamento estético único a partir do qual podemos decretar o empobrecimento ou o enriquecimento das criações humanas. Mas digamos que há: então encontro no funk muitos elementos que o tornam superior a uma sub-MPB que tentam me empurrar como música de qualidade. O tamborzão do funk salvou a música brasileira na virada do século 20 para o 21. É vanguarda mesmo, concretismo eletrônico afro-brasileiro. Mas para quem acha que hip hop não é música, ou que *Stockhausen* não é música, o que estou falando é delírio. Um consolo é saber que a produção da gravadora *Motown* um dia foi considerada por todos os críticos como lixo comercial sem futuro (MARSIGLIA, 2013).

É emblemático que a própria atitude criticada por Hermano Viana venha reproduzida pelo jornal no parágrafo que anuncia a entrevista: ““com a sua peculiar estridência, a assim chamada “nova classe média” ocupa, além de aeroportos e manchetes de economia, o centro da cena cultural brasileira. É o carnaval do Ai se eu te Pego, do tchererê-tche-tchê, da Beyoncé paraense Gaby Amarantos, da redenção do funk carioca e também da tragédia da Gurizada Fandangueira” (MARSIGLIA, 2013).

A utilização do termo “peculiar” revela um estranhamento, uma dificuldade de compreensão da fala do antropólogo pelo próprio jornalista. Mas o jornalista e o veículo

de comunicação revelam mais do que um estranhamento particular ou pessoal: revelam, antes, ou até induzem a um estranhamento partilhado por boa parte de seus leitores.

Ao analisar o mau gosto, chamamos a atenção do quanto a depreciação dada pela intelectualidade a uma determinada estética musical se deve ao fato dessa mesma intelectualidade se ver ameaçada a se deparar com desestabilização das convenções instituídas por ela mesma com a tentativa de manter o seu prestígio enquanto universo social (SOUZA, 2008, p 16.).

As manifestações contra o governo da presidente Dilma Rousseff realizadas ao longo de 2015, por exemplo, não constituíram um movimento da tradicional esquerda indignada com a adoção de políticas de cunho conservador pelo governo. A maior parte dos manifestantes se declarava de direita e utilizava palavras de ordem contra o comunismo e a invasão de pobres nos espaços antes reservados às elites.

As mudanças na economia do país e a inserção de novas camadas consumidoras, proporcionadas pelo governo Lula (2002-2010), fomentaram e subsidiaram uma nova visão de Brasil que afetou a própria imagem do brasileiro no que tange à beleza. O embelezamento, o cuidado com a saúde, a estética e a estima pessoal, entre outros fatores, incrementaram o consumo dos produtos de beleza e redimensionaram as imagens e o imaginário do brasileiro comum. A noção de beleza no Brasil contemporâneo passou a incluir a dimensão do antes feio, tratando-o como atenuável ou mesmo superado por meio de *peelings* e procedimentos cirúrgicos. Vive-se no país sob a ideia de que só é feio quem quer ou quem não possui dinheiro para investir no embelezamento pessoal. Essa visão da feiura como acomodação, porém, não é exclusiva do Brasil.

Embora a dimensão da materialidade dos corpos não possa ser negada, é igualmente verdadeira a afirmação de que ela não se encerra em si mesma. Os corpos atuam dentro de um modelo de inteligibilidade que necessita de reificação constante. A materialidade dos corpos possui uma história intrinsecamente ligada às estratégias de poder de diferentes épocas e sociedades. Pode-se dizer que existe uma corporalidade tida como adequada. Todas as dimensões do corpo atuam dentro de um conjunto de inteligibilidades que aponta para comportamentos esperados em diferentes contextos, como idade, gênero ou estrato social.

Bryan Turner (2001) afirma que os corpos atuam dentro de um sistema hierárquico, o que faria surgir um corpo subalterno, que tem nos movimentos, na fala e nos modos em geral os aspectos justificativos de sua classificação.

Se para Bourdieu o capital econômico se converte em um capital cultural, o habitus de classe relativo ao corpo também é resultado de um capital cultural corporal, que é transmitido de geração em geração e permite identificar a origem social de indivíduos. Da mesma forma que a sensibilidade elitista é fruto de uma maior

disposição de tempo e poder econômico, que possibilita às camadas privilegiadas a uma melhor educação e exposição de seus filhos a um ambiente de alta cultura, a experiência de uma estética corporal desses grupos privilegia aqueles que podem participar de todo um processo de “treinamento” para o gosto em relação ao corpo. A relação da cultura erudita com o corpo continua sendo a afirmação da liberdade através da gratuidade e do afastamento da necessidade (FONTANELLA, 2008, p. 5).

Obviamente, em todos os tempos existiram arestas mal iluminadas, não reveladas, não trazidas ao plano discursivo e, por isso, não legadas à posteridade. Práticas estéticas subversivas que nem podemos imaginar são inerentes ao humano e continuarão por acontecer, ou seja, o caráter hierárquico atribuído aos corpos contribui de forma decisiva para a organização de nossas experiências cotidianas, mas não inviabiliza a rede de ressignificações de corporalidade e do belo surgida nas periferias do sistema capitalista.

A estética tecnobrega distancia-se de uma visão higienizante e asséptica. Sua profusão de cores, informações e subversões embaralha o dito bom gosto, mas também promove e desafia a ideia de corpo belo.

É nesse momento que o brega do Norte e Nordeste, juntamente com outras estéticas populares que atualmente explodem na cultura de consumo, parecem contradizer a análise de Bourdieu. O que se pode claramente observar nas roupas bregueiras é uma postura completamente diferente, onde o valor maior está justamente na elaboração extrema do vestir, buscando abertamente o exagero e o luxo (mesmo que simulado). O Brega Pop é uma reorganização da *hexis* corporal popular, em que é possível mesmo perceber uma tentativa de reposicionamento social; se estavam excluídos do consumo de signos de diferenciação, não é verdade que os populares subalternos estivessem indiferentes ao investimento narcisístico do corpo promovido pelas indústrias culturais. O desejo reprimido de viver seus corpos para além do papel restrito imposto pela hegemonia faz com que os populares estabeleçam sua interpretação própria de um sistema de capital cultural corporal, mesclando sua sensibilidade tradicional com as representações do corporal vindas da cultura de consumo (FONTANELLA, 2008, p. 6).

O funk ostentação ou mesmo o tecnobrega, com seu recurso ao imaginário do luxo como índice de beleza e poder, surgem exatamente do apelo ao consumo fortalecido nos últimos anos no país. A ostentação de bens materiais ou a sua simulação passaram a fazer parte do cotidiano de jovens das periferias dos grandes centros urbanos brasileiros.

Evidencia-se assim que a ostentação tem marcado a sociabilidade dos jovens adeptos ao funk paulista. Não basta ter, é preciso mostrar que tem, ou ao menos simular que tem — como é o caso de garotos que, desprovidos da condição de adquirir o bem original, desfilam com as réplicas do cordão de ouro ou da camisa de grife (FRANÇA, 2014, p. 4).

Historicamente, o Brasil passou por diversos momentos de ressignificação da identidade nacional. A vertente que celebra o Brasil mestiço, por exemplo, tornou-se forte no país com a contribuição inegável dos modernistas da década de 1920, expressa pela ideia de

antropofagia, que mais tarde foi retomada pelos tropicalistas. O personagem Macunaíma é emblemático desse momento de ressignificação da identidade nacional. A esse respeito, vale a pena citar o Manifesto Antropofágico, escrito por Oswald de Andrade em 1928: “só a ANTROPOFAGIA nos une. Socialmente. Economicamente. Filosoficamente. Única lei do mundo. Expressão mascarada de todos os individualismos, de todos os coletivismos. De todas as religiões. De todos os tratados de paz. Tupi, or not tupi that is the question. Contra todas as catequese. E contra a mãe dos Gracos. Só me interessa o que não é meu. Lei do homem. Lei do antropófago” (ANDRADE, 1928 .).

A obra *Casa-grande & senzala*, de Gilberto Freyre, igualmente, apesar de seu caráter por demais suave no tocante à brutalidade do sistema patriarcal e racial brasileiro e sua visão centrada no senhor, homem e branco, ajudou a sedimentar no imaginário brasileiro a celebração à mestiçagem. As ideias eugenistas mais alinhadas com sua vertente europeia de purificação da raça, antes defendidas aberta e entusiasmadamente, passaram de discurso explícito para o terreno não menos danoso dos ideais inconfessos.

O movimento eugênico tornou-se forte entre os intelectuais brasileiros no período entre guerras. Foi emblemática a realização do Primeiro Congresso Brasileiro de Eugenia, em 1929, no Rio de Janeiro. Boa parte dos eugenistas defendiam que a evolução e o progresso passavam pelo embranquecimento do país; cabe ressaltar, porém, que, diferente de sua vertente europeia, não havia consenso entre os eugenistas brasileiros de que a mestiçagem era a grande chaga que assolava o país. Edgard Roquete Pinto, por exemplo, embora estivesse presente no congresso, defendia eugenicamente a miscigenação brasileira. Entre as ideias sustentadas pelos eugenistas brasileiros, estavam a limitação da natalidade, o exame pré-nupcial e a esterilização.

Após o Holocausto, em meados do século XX, as barbaridades provocadas pelos nazistas desacreditaram a suposta ciência eugenista no mundo, inclusive no Brasil. No entanto, formas mais sutis de discursos eugênicos parecem ressurgir na ciência no fim do século XX e início do século XXI, com os avanços da genética e sua capacidade de “melhorar” geneticamente os seres humanos. Cabe, nesse caso, uma discussão aprofundada sobre as possíveis consequências éticas dessas novas tecnologias e o perigo de um novo despertar das ideias eugenistas — presentes também em discursos de políticos conservadores que, a pretexto de defender a sociedade, acabam por buscar na genética a explicação para problemas comportamentais, como a execução de crimes.

A brancura da pele e os cabelos lisos ainda hoje constam como imperativos de beleza e *status*, mas estão longe de ser abertamente defendidos como superiores por questões raciais. Os cabelos alisados são um importante lembrete de que o chamado “cabelo ruim”, embora sem pudores considerado inferior, não é abertamente atacado como questão racial, uma vez que brancos e negros seriam “irmãos” e o preconceito seria quase inexistente no país .

Embora as estruturas do preconceito e da naturalização de brancos, negros e índios ocupando espaços díspares na economia dos poderes simbólicos e econômicos continuem a perfazer as relações raciais no Brasil, a celebração à mestiçagem possui grande força nos discursos oficiais. A mistura e a ausência de pureza constituem forte paradigma da identidade nacional. O próprio racismo à brasileira, velado e raramente confessado, afirma a força do mito da democracia racial. A negação do preconceito no país parece ser a própria forma de sua reprodução, ou seja, o racismo brasileiro é reproduzido e reificado pela ambiguidade. Sua sinuosidade age para perpetuar a desigualdade traduzida na imensa massa carcerária brasileira, constituída em sua maioria por indivíduos negros.

A mestiçagem supostamente nos singularizaria, nos tornaria um caso único de sociedade híbrida. A ideia das trocas multilaterais entre índios, brancos e negros amenizadas por Gilberto Freyre tornou-se forte ao ponto de criar um imaginário de país sem preconceitos de raça. O paraíso do multiculturalismo, entretanto, desaparece quando se leva em conta o percentual de negros e pardos vivendo em condições de pobreza e a extrema distância efetiva e simbólica com relação aos brancos.

A compreensão das relações raciais brasileiras é imprescindível para entender como veio a se constituir a beleza almejada por homens e mulheres e veiculada em anúncios publicitários, nas telenovelas e no cinema ao longo da história nacional. As telenovelas, carro-chefe da TV aberta, só tiveram protagonista negra em 1996, quando Taís Araújo interpretou Chica da Silva na extinta Rede Manchete. Cabe ressaltar, contudo, que a televisão brasileira ainda está muito longe de retratar a real conformação da sociedade do país. A maioria dos apresentadores e atores é branca. Negros e pardos ainda ocupam lugares marginais na maior parte das produções televisivas.

A compreensão sistêmica de Bourdieu (2006) sobre a economia social do belo é um instrumento teórico valioso para responder aos apelos sensíveis do imaginário contemporâneo. Esferas hegemônicas, como a dos criadores de moda, desenvolveram campos autônomos constituídos na relação com outros “sistemas de tomadas de posição culturais” De

tal modo que cada campo simbólico, segundo Bourdieu, gerou suas representações, normas e formas de legitimação interna.

O já citado popular bem-sucedido, embora possua um inegável apelo numa sociedade permeada pelo discurso do sucesso como resultado do esforço individual, encontra, principalmente entre as elites tradicionais, uma celebração com limites bem marcados. Os chamados emergentes e a sua ostentação não deixam de ser criticados e considerados espalhafatosos pelos “quatrocentões” dos grandes centros urbanos brasileiros. Sua suposta falta de discrição, de “berço”, e a exacerbação de elementos ligados à riqueza são vistos por representantes dos autointitulados “bem-nascidos” como índices de um “extremo mau gosto”.

Nas entrevistas que concede, Gaby Amarantos, sinônimo de sucesso vindo da periferia de Belém, marca claramente a diferença entre a estética brega e aquela difundida pelo mercado cultural hegemônico, especificamente pela indústria da moda. A cantora, entretanto, passou por um processo de emagrecimento no programa *Fantástico*, da Rede Globo, e passou a investir num estilo mais sóbrio, ligeiramente diferente dos modelitos chamativos usados no início de sua carreira. Apesar disso, fica patente em seus discursos uma postura de explicitação e enfrentamento do estigma, termo utilizado por Erving Goffman (1988) e conferido aos corpos não perfeitos, à própria música brega e a seus referenciais estéticos.

Acho que é a liberdade que a periferia tem, uma coisa do povão. A vida é sua, você não tem que se preocupar se está acima do peso ou se seu cabelo está com a raiz preta e a ponta loira. Ninguém quer nem saber. As mulheres têm celulite, têm barriguinha, fazem chapinha no cabelo, e se não tem chapinha passam o ferro quente! Mas vão para a festa do mesmo jeito, vão se divertir da mesma forma, não tem essa cobrança. Não tem ninguém anoréxica, bulímica. Elas são felizes do jeito que são e se acham gostosas (Gaby Amarantos).

A compreensão do processo dinâmico de reconfigurações dos imaginários da beleza, por meio do qual a estética da periferia está cada vez mais presente em produtos culturais consumidos por um público de classe média tradicional, passa pelo exame da trajetória de personagens emblemáticos desse movimento. Gaby Amarantos é um dos grandes personagens públicos desse movimento de acolhimento da dita beleza “da periferia” por parte dos veículos de comunicação de massa, que parecem agora impelidos ao alargamento de seu escopo de beleza em razão dos novos canais de difusão cultural propiciados pela internet.

7 ASSIMILAÇÃO VERSUS ADAPTAÇÃO COMO RESISTÊNCIA

Os tecnobregas, ao assumirem enquadramentos que os tornam mais aceitáveis a novos públicos, deixam para trás a insistência na experiência corporal subalterna, ainda desafiadora dos cânones, e se assemelham cada vez mais aos modelos do corpo da cultura de consumo. É um corpo menos instável, mais controlável e pronto para se ligar aos objetos de desejo do capitalismo tardio. Ainda assim, se é verdade que o brega muda radicalmente nesse processo, também é necessário notar que também se rearticula a hegemonia (Fontanella, 2008b.).

O caráter cumulativo e adaptativo está presente nas mais variadas instituições humanas. Obviamente as mudanças acarretam resistência e sempre surgem vozes que se autoproclamam defensoras dos verdadeiros valores da tradição. Na história da música brasileira, por exemplo, movimentos estudantis nacionalistas atacaram os estrangeirismos, vistos como ameaça à verdadeira brasilidade. As guitarras foram demonizadas, bem como todos os instrumentos “elétricos”. Essa visão do nacional hoje pode soar ingênua, mas, durante um longo período, foi hegemônica entre os apreciadores da “autêntica música popular brasileira”.

Os supostos perigos advindos do acolhimento do brega por novos públicos não devem ser superestimados, uma vez que daí pode surgir a ideia enganosa de que existiria um “brega de raiz”, que estaria sendo descaracterizado para agradar a um novo público, uma espécie de brega domesticado ou assepsiado.

O raciocínio da desvirtuação é extremamente escorregadio, pois a cultura, em sua acepção mais ampla, não é estática. A dinamicidade das manifestações sociais lhes confere a sobrevivência, que está intimamente ligada à ideia de transformação. A visão de cultura como inerente às manifestações humanas e indissociável delas não é compatível com a ideia de aculturação, de cultura invariavelmente perdida.

Pobre samba meu
Foi se misturando, se modernizando, e se perdeu
E o rebolado, cadê? Não tem mais
Cadê o tal gingado que mexe com a gente?
Coitado do meu samba, mudou de repente
Influência do jazz

Quase que morreu
E acaba morrendo, está quase morrendo, não percebeu
Que o samba balança de um lado pro outro
O jazz é diferente, pra frente pra trás

E o samba meio morto ficou meio torto
 Influência do jazz
 (Carlos Lyra, *Influência do jazz*)

A iminente morte do samba, do rock e mesmo da MPB já foi prevista inúmeras vezes no Brasil. Esses gêneros, contudo, continuam se fundindo a outros e, ao contrário do que dizem as teorias apocalípticas, tornam-se mais fortes, complexos e multifacetados. Jovens continuam redescobrimdo clássicos da MPB e produzindo novas fusões e sonoridades com influências que variam do rock de matriz inglesa à MPB.

A própria bossa nova, vale lembrar, surgiu da fusão do jazz com o samba. Insistir na ideia de um tecnobrega raiz, separado de um tecnobrega “apropriado” e “domesticado” pela indústria, não deixa de ser *nonsense* exatamente porque esse gênero musical e estético é produto da fusão de elementos universais do tecno às locais sonoridades paraenses.

O tecnobrega deriva de adaptações de ritmos caribenhos, bem como de elementos do tecno e do house, além de clássicos do imaginário bregueiro. Pode ser considerado, a exemplo da bossa nova, um híbrido. O mesmo fenômeno se observa com o funk carioca, uma mistura de sonoridades que acabou por dar origem a um fenômeno completamente novo.

No funk encontramos várias performances que evidenciam essa mescla: a fala cantada do rapper, muitas vezes, carrega a energia dos puxadores de escola de samba, as habilidades do corpo do break são acentuadas com o rebolado e a sensualidade do samba e o sampler vira batida de um tambor ou atabaque eletrônico (LOPES; FACINA, 2010, p. 2).

A ideia da assimilação pura e simples da estética da periferia pela elite, desvirtuando-a e tornando-a exótica, com vista ao ganho comercial, é por demais simples e esquemática. A vitalidade das manifestações culturais impede que haja total controle dos signos. Isso não quer dizer, obviamente, que, ao conquistar espaço fora das periferias das grandes cidades, o funk ou o tecnobrega não sofram modificações. O equívoco está justamente na suposta falta de agência dos músicos, executores e mesmo consumidores de ritmos ditos populares e periféricos. Existiriam, assim, títeres manipulados por uma indústria onipotente que agiria de maneira consciente e com controle absoluto dos vários processos simbólicos envolvidos no consumo e na fruição dos produtos da chamada indústria cultural. No entanto,

“há vertentes nos estudos culturais que mencionam diversos exemplos contrários à visão frankfurtiana e acreditam que a chamada cultura dominante é menos homogênea e de alcance mais limitado do que a imagem totalitária e decisiva...”

(LEMOS; CASTRO, 2008, p. 175).

Diversas formas de resistências, de mesclas culturais são mais bem entendidas quando se tem em mente a ideia de que existem zonas de contato fronteiriças, que, em razão das transformações constantes, já não revelam a conformação original e tampouco apontam para um desvirtuamento ou uma aculturação, o que sugeriria completa passividade diante dos poderes econômicos, colonizadores ou mesmo militares. Toda assimilação de elementos estéticos requer uma seleção de elementos menos passiva do que supõe o senso comum. O caráter ativo de toda apropriação deve ser ressaltado.

A construção de um estilo não é simplesmente a apropriação ou a utilização de um conjunto de artefatos; implica organização ativa e seletiva de objetos que são apropriados, modificados, reorganizados e submetidos a processos de ressignificação articulando atividades e valores que produzem e organizam uma identidade de grupo (DAYRELL, 2005, p. 41).

Autores como Homi Babha, ao discorrer sobre a experiência da diáspora, dos não lugares, acabam por suscitar questões essenciais para a compreensão da relação entre centro e periferia nas grandes cidades, ou, no presente caso, para o entendimento da relação de manifestações periféricas com a grande indústria de escala global .

Múltiplos sistemas de valores e verdades se relativizam, se questionam, se sobrepõem, fazendo com que a duplicidade e a ambiguidade sejam fortes características do hibridismo presente nos centros urbanos. Num país como o Brasil, a ambiguidade parece permear toda sorte de relações de dominação, sejam elas estritamente econômicas ou simbólicas. Nesse sentido, a ideia de que a lógica econômica ditaria os rumos da sociedade não pode mais ser aceita sem reserva. Assumir que o valor de troca domina a sociedade é ignorar as extensas redes de solidariedade que fazem com que os humanos se aglutinem por motivos não estritamente econômicos.

O tecnobrega gera cada dia mais variações, *melody*, treme e diversas outras denominações. Como uma indústria que vive e se reifica por meio do apelo constante à inovação, prescinde de definições essencialistas que alcancem as formas elementares do gênero. Sem a inovação constante — estética e sonora —, seria impossível a criação de um mercado de cifras astronômicas, à margem do *mainstream*, como é o caso do tecnobrega.

No tecnobrega paraense, fica patente a centralidade da adaptação como forma de resistência cultural. A fusão de elementos da *disco music* às sonoridades consideradas tipicamente paraenses, como o carimbó, é uma forma de resistir ao avanço das grandes corporações, que tenderiam a uniformizar os gostos. Adaptar-se, no presente caso, não

representa subjugar a música paraense, mas utilizar as ferramentas que o próprio mercado da música proporciona para, a partir dele, superar suas restrições.

O sucesso do tecnobrega acaba por representar a força que as práticas locais possuem quando confrontadas com as pressões externas, que supostamente tenderiam à uniformização cultural. O fenômeno das aparelhagens, embora repleto de referências globais, é, ao mesmo tempo, um fenômeno tipicamente paraense, marcado por referências locais que celebram as especificidades de Belém.

...é chegar no samba de roda e não ter mais viola, toca-se guitarra elétrica. Talvez todas as outras missões folclóricas pensem não se tratar mais de um samba de roda “autêntico”. Para mim era interessante saber como essa substituição da viola pela guitarra aconteceu (Vianna em entrevista à Santuza, 2006, p. 284).

A questão da autenticidade, ou da obrigatoriedade da vinculação a determinadas condições de classe social para que a expressão musical seja dotada de verdade, faz parte de uma discussão antiga na música popular brasileira. Quando a cantora Nara Leão decidiu romper com a bossa nova e gravar sambistas do morro em seu disco de estreia, sua atitude foi bastante criticada por setores que defendiam uma visão estática e de, certa forma, ingênua da tradição. A esse respeito, vale transcrever trecho do Show Opinião, encenado por Zé Ketti, João do Valle e Nara Leão:

NARA LEÃO: Eu queria fazer um disco com músicas de vocês, com música do Sérgio Ricardo, Tom, Vinícius, Lira, com folclore, com grandes sucessos da música brasileira. Um disco de todo mundo pra todo mundo. Como é Sina de Caboclo? JOÃO DO VALE: “Mas plantar pra dividir/Não faça mais isso, não.”

NARA LEÃO (Canta, procurando acertar): “Mas plantar para...”

(Voz interrompe) PLAYBACK: Nara Leão.

NARA LEÃO: Hein?

VOZ: Você vai fazer um disco cantando baião, Nara?

NARA LEÃO: Vou.

VOZ: Baião, Nara?

NARA LEÃO: É.

VOZ: Nara. Baião?

NARA LEÃO: É. Baião.

VOZ: Nara!

NARA LEÃO: Por quê? A Constituição não permite cantar baião?

VOZ: Nara. Você é bossa nova. Tem voz de Copacabana, jeito de Copacabana.

NARA LEÃO: Eu me viro. “Mas plantar pra...” (Volta a ensaiar).

VOZ: Nara.

NARA LEÃO: Que é?

VOZ: O dinheiro do disco você vai distribuir entre os pobres, é?

NARA LEÃO: Ah, não picota minha paciência.

VOZ: Você pensa que música é Cruz Vermelha, é?

NARA LEÃO: Não. Música é pra cantar. Cantar o que a gente acha que deve cantar. Com o jeito que tiver, com a letra que for. Aquilo que a gente sente, canta.

VOZ: Você não sente nada disso, Nara, deixa de frescura. Você tem uma mesa de cabeceira de mármore que custou 180 contos, Nara. Você já viu um lavrador, Nara?

NARA LEÃO: Não. Mas todo dia vejo gente que vive à custa dele.

VOZ: Manera, Nara, manera.

NARA LEÃO: Então, me deixa sossegada. (Começa de novo a ensaiar).

VOZ: Não vai dar certo, Nara. Você vai perder o público de Copacabana, lavrador não vai te ouvir, que não tem rádio, o morro não vai entender. Nara, por favor, ninguém mais vai ser seu amigo e...

NARA LEÃO (Canta): “E no entanto é preciso cantar/ Mais do que nunca é preciso cantar/ É preciso cantar e alegrar a cidade/ A tristeza que a gente tem [...]”
(COSTA; PONTES; VIANNA FILHO, 1965, p. 73-78).

As palavras de um crítico fictício dirigidas à cantora Nara Leão ecoam ainda hoje dentro dos círculos dos defensores da tradição e do autêntico. Ao longo deste trabalho, foi bastante comum escutar críticas “à classe média que agora escuta tecnobrega porque é moda, mas que não vive no Pará e não conhece a realidade enfrentada nas periferias”. Não há certamente nada de novo nesse tipo de pensamento.

E o maior perigo do culto à tradição pode ser a inviabilização do novo. O antropólogo Hermano Vianna, em entrevista a Santuza Naves, (2006) afirma que muitos músicos de forró pé de serra ou universitário nutrem profundo desprezo pelo forró da banda Mastruz com Leite por causa do uso do sintetizador. Para o autor, essas críticas pretendem “ensinar os nordestinos a ser nordestinos”.

O imaginário do genuíno está muito presente nas concepções que apregoam a ideia de “música de raiz”. Dentro dessa visão, existiria uma espécie de matriz que viria a ser deturpada por agentes externos, como os colonizadores, a classe dominante ou mesmo o mercado. Dessa forma, o sertanejo produzido no meio urbano não poderia ser considerado genuíno, o que aconteceria igualmente com o forró eletrificado. O “dever-ser” presente nessas ideias de pureza acaba por ofuscar a vitalidade que toda transformação imprime à cultura, que não está morta.

8 CONCLUSÃO

Mas um elemento importante coincide com essa falsificação da entidade brasileira: opinião de europeu. O diletantismo que pede música só nossa está fortificado pelo que é bem nosso e consegue o aplauso estrangeiro. Ora por mais respeitoso que a gente seja da crítica europeia carece verificar duma vez por todas que o sucesso na Europa não tem importância nenhuma pra Música Brasileira. Aliás a expansão do internacionalizado (ANDRADE, Mário de 1972 p.1)

Existe uma tendência a imaginarmos que a inovação nascerá do que há de mais “moderno”, “à frente”, de onde está o capital, grande investimento. É muito comum que, para identificarmos novas tendências, olhemos do Brasil para o hemisfério norte, do interior para a capital, de outros estados para São Paulo e Rio de Janeiro (LEMOS; CASTRO 2008 p.197).

Como afirma Ronaldo Lemos, voltar o olhar para as realidades mais excluídas pode apresentar saídas mais interessantes e criativas do que aquelas fabricadas no centro estabelecido do mundo dos negócios. Belém do Pará é uma metrópole sul-americana típica. Padece dos problemas que assolam a região: alto índice de criminalidade, urbanização caótica e serviços públicos de péssima qualidade. A cidade, porém, brindou o país com uma grande capacidade de inovação, que revela que, mesmo em contextos tidos como improváveis, podem surgir práticas de mercado revolucionárias. .

Algumas das melhores respostas para as crises globais estão nascendo localmente, nas periferias dos países em desenvolvimento. O projeto Modelos de Negócios Abertos identificou e estudou alguns dos cenários onde isso acontece. Dos anarcopunks colombianos a Nollywood, a indústria cinematográfica nigeriana, as pesquisas mostraram que, muitas vezes, justamente em decorrência da exclusão, certas populações ousaram arriscar e montar negócios marginais, muito mais dinâmicos e atuais do que os modelos vigentes (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 197).

O mercado desenvolvido em torno do tecnobrega movimentou cifras astronômicas. Tudo é grandioso, dos números de venda de discos às carretas de equipamentos de luz e som presentes nas aparelhagens. Uma festa de aparelhagem não passa despercebida; é possível ver o espetáculo de luzes por toda a cidade.

Os bairros da periferia de Belém, caso do Jurunas, constituem um grande laboratório de experimentação. Influências das mais variadas, locais e universais, são mescladas de maneiras impensadas e tidas por muitos como improváveis. As novas formas de inserção na cadeia de produção de discos são paradigmáticas do poder de transformação presente em periferias dos grandes centros urbanos. Atores que ocupariam espaços relegados ao ostracismo

possuem a capacidade de reapropriação das tecnologias por meio de estratégias consideradas improváveis, que subvertem a lógica do mercado a partir do próprio mercado.

A tensão criada entre formalidade e informalidade não é simplesmente uma questão de enquadramento fiscal versus negócios paralelos. Pode ser apenas uma questão de tempo de absorção de novos modelos. Mas pode ser também a concreta reelaboração de relações econômicas e formas de produção. Tratar esses conflitos como polarização de duas situações estáticas e perpétuas é ignorar o que pode haver de mais rico neles: o surgimento de caminhos mais eficientes e inclusivos (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 197).

As mudanças de grande escopo geram reações. Os padrões estabelecidos pela grande indústria da música parecem desmoronar, a despeito dos esforços das *majors*. As campanhas antipirataria têm se mostrado um fiasco, e não há qualquer indício de que os padrões estabelecidos no país a partir da década de 1970 possam ser restaurados. A indústria fonográfica não deve, portanto, resistir aos recentes avanços, mas abraçá-los à luz de uma nova concepção de produção, distribuição e divulgação. Os mercados altamente informais, caso do tecnobrega, podem ajudar na delimitação de novas estratégias de inserção das gravadoras: “as soluções devem partir da adaptação às novas demandas e modificações de hábitos do público, já que não parece razoável pedir às pessoas que abram mão de uma tecnologia que lhes traz benefícios, especialmente quando ela já está difundida” (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 199).

No modelo clássico instaurado pelas grandes gravadoras no Brasil na década de 1970, os artistas nunca foram os maiores ganhadores. Sua parte na venda dos discos sempre foi mínima, à exceção de artistas muito consagrados, que conseguiam obter um bom percentual. Mesmo grandes nomes, entretanto, ganhavam com seus trabalhos muito menos que as gravadoras. Mas as recentes mudanças não representam o fim dos direitos autorais ou da indústria da música. As mudanças tecnológicas não são inimigas; representam, acima de tudo, novas alternativas de produção e distribuição. O modelo de *broadcast* clássico, de poucos para muitos, vive um momento de saturação que pode representar o incremento de possibilidades de produção e distribuição, que vêm acompanhadas de maior abertura a estéticas antes estigmatizadas. Menor concentração pode significar maior abertura para a diversidade e toda a gama de experimentações surgidas longe dos tradicionais centros de produção.

O faturamento da indústria oficial disco do Brasil vive seu pior momento em décadas. A incapacidade de modificar modelos de produção e distribuição amplamente estabelecidos

parece acorrentar os grandes executivos que, via de regra, queixam-se da batalha perdida para a pirataria.

O tecnobrega, conforme visto, é uma fusão de estilos aliada às novas tecnologias desenvolvidas na última década. Um computador faz boa parte do trabalho, o que diminui muito os custos da produção e transforma de maneira definitiva as possibilidades de criação. O fato de fazer sucesso com o uso de um computador por meio de gravações em estúdios caseiros revela o caráter cosmopolita do gênero, afinado com um fenômeno que pode ser detectado em escala global. A música eletrônica contemporânea oferece múltiplas formas de criação. Trata-se de um fenômeno que pode ser visto em Ibiza, Belém do Pará e Nova York. Estar em sintonia com uma tendência global não quer dizer abdicar das singularidades das tradições locais. O tecnobrega não abre mão de suas particularidades.

A Jamaica pode ser considerada um dos grandes berços do movimento que alcançou todo o planeta e, repercutido na cultura Soundsystem dos bairros negros e latinos de periferia norte-americanos, que fomentou formas inovadoras de produzir e viabilizar a música em termos comerciais. As aparelhagens e radiolas de Belém, seu som potentíssimo, possuem certamente elementos e características que extrapolam os limites do Brasil ao alcançar uma cultura caribenha e as práticas das periferias mais improváveis como as norte-americanas.

O alargamento do escopo de beleza subjacente ao movimento de crescimento das economias periféricas é perfeitamente coerente com a inclusão de novos contingentes populacionais ao mercado da publicidade.

A representação que o Brasil faz e fez de si já foi fruto de diversos debates, o povo sempre foi uma categoria discutida, idealizada e, de certa forma, tutelada por diversos intelectuais que falariam em seu nome. Euclides da Cunha⁴, por exemplo, ressaltou o sertanejo em face da miséria, mas sem ceder o lugar de fala ao considerado miserável. A escuta do que esse povo tinha e tem a dizer surge apenas em momento posterior. O país pensado pelos Modernistas, por exemplo, buscava a aproximação com a fala popular, não negava ou tentava desautorizar a fala do sertanejo, do brasileiro comum, buscava, ativamente, protegê-la de uma iminente corrupção. Esse movimento importantíssimo ajudou a sedimentar o saberes populares como valiosos índices para o entendimento de um sistema cultural.

⁴ Cunha, Euclides. Os Sertões. Rio de Janeiro: Record, 2008.

Num país em que a música e a poesia se fundiram de maneira tão forte no imaginário nacional nossos marcos e métodos de análise devem levar sempre em conta as nossas especificidades. A primeira delas refere-se à oralidade, o chamado país de iletrados possui em sua música popular valor certamente literário. Não são raros os casos de poetas que escreviam canções e músicos que são poetas. A segunda refere-se à capacidade adaptativa própria às margens dos grandes centros de decisão mundiais. Grandes aglomerações urbanas em que a adaptação significa sobrevivência são um campo fértil para a constituição de novos modelos de produção e difusão de sonoridades novas, fruto de toda a sorte de experimentações estéticas.

A reação conservadora à ascensão de uma estética da periferia não é nova, assim como não são novos os números massivos de admiradores da música brega. As transformações recentes nos hábitos de consumo brasileiros contribuíram para conferir evidência por meio de novos canais de divulgação de trabalhos artísticos.

As capacidades de inovação e, principalmente, de adaptação que costumam surgir em bairros de periferia das grandes cidades mundiais não devem ser idealizadas, uma vez que a sobrevivência com serviços públicos de péssima qualidade não deveria, a rigor, sequer existir. Imaginar, porém, que o luxo, a ostentação, a diversão e o glamour não possam ser reinventados e fruídos nos contextos mais improváveis confere à condição de classe demasiada força.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2006
- ANDRADE, Mário de. **Ensaio sobre a música brasileira**. São Paulo: Livraria Martins, 1962
- ANDRADE, Oswald de. Manifesto antropofágico. Revista de Antropofagia, São Paulo 1928
- ARAÚJO, Paulo César de. **Eu não sou cachorro, não**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- A WARNER no mercado do disco brasileiro. **O Estado de S. Paulo**, 26 ago. 1976.
- BHABHA, Homi K. O local da cultura. Belo Horizonte: ed. UFMG, 1998
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
- BRITO, Bruno. **A indústria do brega**. In: Revista Continente, ano VIII, n. 92, (p:19-23) Agosto/2008
- BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- _____. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3 ed. Porto Alegre: Zouk, 2006(1975, 1976, 1977).
- BOURDIEU, Pierre e DELSAUT, Yvette. “O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia”. In: BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3 ed. Porto Alegre: Zouk, 2006(1975). p. 113-190.
- BRAGA, Felipe E. L. Retórica distintiva no funk ostentação. *Habitus*, v. 12, n. 1, p. 20 a 34 2014.
- CUNHA, Euclides. Os Sertões. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- DAYRELL, Juarez. **A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. ECO, Umberto. **Obra aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1988.
- _____. [1964]. **Apocalittici e integrati: comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa**. Milano: Bompiani, 1993.
- FAVARETTO, Celso. **Tropicália, alegoria, alegria**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 1996.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995. FEATHERSTONE, Mike e HEPWORTH, Mike. **The body: social process and cultural theory**. London: SAGE Publications, 2001

FONTANELLA, Fernando Israel. Do brega popularesco ao Calypso do consumo: corpo e subalternidade na hegemonia do consumo. **Revista Contra Cultura**, n. 2, abr. 2008a.

_____. O fenômeno brega. **Revista Continente**, ano VIII, n. 92, p. 12-15, ago. 2008b.

FRANÇA, Vera R. V. No bonde da ostentação: o que os rolezinhos estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira? **Revista Eco-Pós**, v. 17, p. 1-13, 2014. GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

_____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG; Representações da Unesco no Brasil, 2003.

LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LOPES, Adriana Carvalho; FACINA, Adriana. Cidade do funk: expressões da diáspora negra nas favelas cariocas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, VI, Salvador, 25-27 maio 2010. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24340.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2011.

MACÁRIO, Carol. O brega virou cult — não tenha vergonha, você também tem um lado brega. *Notícias do Dia*, Florianópolis, 10 mar. 2012. Disponível em: <<http://ndonline.com.br/florianopolis/plural/25586-o-brega-virou-cult-nao-tenha-vergonha-voce-tambem-tem-um-lado-brega.html>>. Acesso em: 7 dez. 2015.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

MARSIGLIA, Ivan. O abacaxi da cultura. **Estadão Online**, 11 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,o-abacaxi-da-cultura,995433,0.htm>>. Acesso em: jun. 2013.

MORATO, Márcio P.; GIGLIO, Sérgio Settani; GOMES, Mariana Simões Pimentel. A construção do ídolo no fenômeno futebol. **Motriz: Revista de Educação Física**, v. 17, p. 1-10, 2011.

MORELLI, Rita. **Indústria fonográfica: um estudo antropológico**. Campinas: Editora Unicamp, 2009.

NAVES, Santuza Cambraia, COELHO, Frederico Oliveira e BACAL, Tatiana (orgs.). **A MPB em discussão: entrevistas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006,

NERI, Marcelo. **A nova classe média**: o lado brilhante da base da pirâmide. Local: Saraiva, 2011.

PEIXOTO, Fernando. Vianinha. Teatro – Televisão – Política [seleção, organização e notas]. Antologias e Biografias. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

_____. O Melhor Teatro do CPC da UNE. Rio de Janeiro: Global Editora, 1989.

“Problemas”. Publicação Teórica e Informativa, n.9, abril/maio/junho 1984.

Vianinha: 10 anos – Entrevistas, Artigos, Depoimentos. São Paulo: Editora Novos Rumos, 1984.

PERPETUO, Irineu F.; SILVEIRA, Sérgio A. (org.). **O futuro da música depois da morte do CD**. Rio de Janeiro: Momento, 2009.

SHIRAI, Mariana. **E o brega virou cult**. **Revista Época**, 21 de outubro de 2011 . Disponível em: < <http://revistaepoca.globo.com/Mente-aberta/noticia/2011/10/e-o-brega-virou-cult.html>> . Acesso em: 23 nov. 2013. SILVA, Walter. **Vou te contar**: histórias de música popular brasileira. São Paulo: Códex, 2002.

SOUZA, Vinicius Rodrigues Alves de. **Quem nomeia a música brega?** Local: Editora, 2008.

TROTTA, Felipe; ROXO, Marco. O gosto musical do Neymar: pagode, funk, sertanejo e o imaginário do popular bem sucedido. **Revista Eco-Pós**, v. 17, n. 3, 2014.

TURNER, Bryan S. Recent developments in the theory of the body. In: FEATHERSTONE, Mike; HEPWORTH, Mike. **The body**: social process and cultural theory. London: SAGE, 2001.

_____. **Status**: Milton Keynes. Local: Open University Press, 1988.

VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil**: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP, São Paulo.