

**"Muito Romântico": sobrevivência do "brega" e brechas na indústria cultural**

Raquel Sant'Ana\*

**Resumo:** O objetivo deste artigo é levantar algumas questões a respeito da sobrevivência do gênero “brega” romântico dos anos 1970 e 80 como referência identitária em setores significativos da classe trabalhadora, e sobre os possíveis caminhos e brechas, indicados nessa experiência, para a superação do sistema de dominação da Indústria Cultural.

**Abstract:** The purpose of this article is to rise up some questions around the maintenance of the popular romantic music (“música brega”) of the 70’s and the 80’s expressing the identity of the working class, moreover intend to examine the feasible alternatives in order to overcome the rules of the Culture Industry.

**Palavras-chave:** Memória, Identidade, Indústria Cultural.

**Keywords:** Memory, Identity, Cultural Industry.

É recorrente o uso do termo “brega” para designar um tipo de música (ou, de maneira mais geral, uma certa estética) considerada de má qualidade. Tidos pela crítica especializada, como tecnicamente inferiores muitos cantores ligados à música popular romântica têm sido encaixados em tal estigma, e secundarizados na memória oficial da música popular brasileira. Artistas como Lindomar Castilho, Odair José, Paulo Sérgio, entre outros, cujas vendas chegaram a altos patamares nos anos 70 e 80<sup>1</sup>, são raramente citados nas coletâneas, almanaques e retrospectivas sobre a música popular do período.

Surpreende perceber o fato de que, apesar de distantes da grande mídia, a memória desses artistas parece não ter desaparecido da vida cotidiana de inúmeras pessoas que ainda hoje referenciam relações pessoais, identidades e sociabilidades em torno do gênero<sup>2</sup>. É a partir dessa aparente contradição que nos propomos a refletir.

O próprio termo “brega” esclarece em que patamar se dá a relação entre artistas e consumidores do gênero, e a Indústria Fonográfica. Como aponta Paulo César Araújo em seu livro “Eu não sou cachorro não”, o rótulo se estabelece definitivamente na crítica especializada

---

\* Graduanda em História na Universidade Federal Fluminense

<sup>1</sup> O compositor Nenéo, por exemplo, afirma que os direitos autorais das canções em que fez parceria com Paulo Sérgio ainda lhe rendem uma renda significativa. ARAÚJO, Paulo César de. *Eu não sou Cachorro não*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

<sup>2</sup> Essa surpresa surgiu da experiência nos trabalhos de campo na “Feira de São Cristóvão” para a pesquisa “Mundo brega: relações entre indústria cultural e ‘gosto popular’ na sociedade brasileira contemporânea”, coordenada pela Professora Adriana Facina.

2

na década de 1980 para denominar os artistas da música popular romântica dos anos 1970, e expressa uma dupla rejeição ao gênero. Tal rejeição se daria, por um lado, pelo caráter “alienado” e “simplório” de suas letras, que estariam restritas a clichês melodramáticos e por outro, pelo caráter popular do gênero, produzido e consumido majoritariamente por pessoas pertencentes à classe trabalhadora, e que, distante dos padrões técnicos e formais dominantes na arte, expressa temas e formas rebaixados aos olhos das classes mais altas.

Pensando o caminho apontado por Bourdieu em suas reflexões a respeito da arte, essa noção cumpriria uma função de “distinção social”, em que costumes, crenças gostos, estariam relacionados a uma certa classe, identificando, assim, pertencimentos, identidades e, principalmente, limites ao que se pode denominar “arte”. A “arte”, como “distinção” de classe, primária por excluir expressões por demais populares, o que podemos perceber no caso do “brega”, tido muitas vezes como uma não-arte.

No entanto, isso não significa que o gênero seja uma expressão popular autônoma. É nesse sentido que o conceito de “Indústria cultural”, pensado por Adorno e Horkheimer como oposição à noção de “cultura de massas” se mostra imprescindível, pois aponta para o caráter mercadológico da produção de cultura no capitalismo recente. A setorização de mercados e gêneros não seria natural, mas criada dentro de uma lógica própria da Indústria Cultural para garantir liquidez e hegemonia de seus valores de classe. Além disso, a Indústria Cultural teria como estratégia a criação de um permanente clima de novidade para instigar o consumo exaustivo de seus produtos. Na Indústria Fonográfica, podemos identificar tal estratégia no fenômeno das “ondas” musicais, em que se explora comercialmente um certo gênero até à saturação de sua “fórmula”, quando, desgastado pela superexposição, é descartado e substituído por outro que seguirá o mesmo ciclo. Entendemos, assim, porque a aposta comercial da Indústria Fonográfica no gênero intitulado “brega” como o principal produto de vendas, teve, também, seu prazo de validade, e deixou de ser interessante para as gravadoras.

Todavia, o estabelecimento de um gênero não se reduz à esfera econômica, mas agrega referências já existentes na sociedade, permitindo que se criem identidades e redes de sociabilidade em torno dos “pacotes” da Indústria Cultural, que, muitas vezes, resistem inclusive ao seu descarte.

Com a restrição dos espaços disponibilizados pela mídia, os artistas e admiradores do “brega” estabeleceram, no Rio de Janeiro, um verdadeiro circuito alternativo que inclui barracas

3

de rua, bares e casas de show de periferias ou mesmo o “Centro de tradições nordestinas Luiz Gonzaga”, a famosa “Feira de São Cristóvão”.<sup>3</sup>

As apresentações de Rossi Adriani, um dos cantores que “quase” alcançaram sucesso na década de 1970, podem nos dar mais elementos para a reflexão. O cantor já gravou 28 álbuns e tem um contrato de distribuição de seus CDs independentes com a gravadora Universal, e é extremamente conhecido pelos frequentadores da “Feira de São Cristóvão”, onde seus discos são bem vendidos e onde se apresenta todo fim de semana, na “Barraca do Januário”. O público é majoritariamente de pessoas na faixa de trinta a cinquenta anos de idade, pertencentes às classes populares, que acompanham sempre as apresentações do cantor, e nesse espaço usufruem seu “tempo livre”.

Curioso notar, que esse “tempo livre” será gasto em um espaço em que a indisciplina é regra vigente. O espaço, bem como seus frequentadores, não segue as normas de higiene e ordem estabelecidas. Ao contrário, é naquele lugar que corpos fora do padrão estético vigente podem exprimir sensualidade e humores que, na visão hegemônica, são condenáveis, grotescos, ou proibidos a certas idades. O tempo de duração das apresentações não é previamente estipulado, podendo durar até onde suportem os corpos, e não há separação física entre o artista e o público. Na ausência de palco, o cantor se mistura ao público, que o toca, dança com ele, troca piadas e bebidas. Apesar de entendermos que o principal aspecto disciplinador do “tempo livre” apontado por Adorno, o de segmentação da vida, continua sendo cumprido nesse espaço, não podemos deixar de perceber que essa experiência social também guarda aspectos de transgressão dos padrões culturais expondo a seus frequentadores uma profunda contradição com a disciplina do cotidiano.

Denise, uma frequentadora assídua da “Barraca do Januário”, que trabalha como empregada doméstica, mora na casa de seus patrões e tem apenas o domingo de folga na semana, diz: “Aqui a gente tá como tinha que tá sempre! A gente espera a semana toda pra poder ficar à vontade, ser a gente mesma, sem ficar com vergonha dos outros, sem hora, sem ter medo de homem (...) O pior é voltar na segunda” (Entrevista em 22/02/2008).

---

<sup>3</sup> Sobre o circuito “brega” nordestino ver FONTANELLA, Fernando Israel. *A Estética do Brega: Cultura de Consumo e o Corpo nas Periferias do Recife*. Recife: dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, 2005.

Há outros exemplos interessantes desse circuito, como os shows de Rosana Fiengo, um dos grandes fenômenos de vendagem dos anos 1980. Mesmo sem exposição massiva na mídia, a cantora tem feito apresentações regulares, nas quais é possível encontrar um grupo bastante coeso de fãs que se organizam em torno de seu fã clube. A cantora vem conquistando, inclusive, novos públicos, com apresentações em festas “*revival*” ou voltadas ao público gay.

É claro que não podemos superestimar a resistência representada por essa memória. Apesar de toda a informalidade das apresentações de Rossi Adriani, por exemplo, as referências de arte do cantor são as hegemônicas<sup>4</sup>. Seu projeto é chegar aos grandes palcos, disciplinados, e com o reconhecimento concedido aos artistas enquadrados na forma da Indústria Cultural. Bem como o projeto de Rosana é ser uma “diva” da música popular brasileira<sup>5</sup>.

Contudo é interessante perceber que esse desejo de reconhecimento oficial não gera um movimento de abandono do gênero e adequação automática aos novos padrões. Na verdade, a identidade de “romântico” é defendida com todo o ardor pelos cantores e pelo público. Rossi Adriani, por exemplo, tem como título de seus últimos dois trabalhos “Rossi Adriani – muito romântico” e “Rossi Adriani – muito mais romântico”, e na própria “Barraca do Januário”, há um outro cantor que costuma apresentar-se às sextas-feiras e se auto-intitula “Conde Ubiramar – o homem que te ama”. Também Rosana afirma que a lágrima é a matéria prima do artista, e defende seu estilo como romântico.

Segundo Jesus Martín-Barbero, a relação de identidade que as classes populares exercem com o romântico remonta a tradições bem mais antigas do que a Indústria Fonográfica. O melodrama enquanto expressão popular e, posteriormente, de massas, teria suas origens na Revolução Francesa, quando, em meio a situações limite, o exagero das emoções e o esquematismo de “bom” e “mau”, “humor” e “justiça” teriam adquirido pleno sentido. Mais do que isso, talvez o anacronismo moral da persistência do gênero possa nos dar pistas sobre a maneira como a classe trabalhadora tem experimentado “ser” sob o Capitalismo. Talvez os caminhos percorridos pelo “brega” nos ajudem a entender a dominação da classe hegemônica e as brechas para transgredi-la.

---

<sup>4</sup> Em entrevista no dia 22/02/2008, disse ser Elvis Presley a maior referência para seu trabalho.

<sup>5</sup> Em entrevista no dia 21/07/2007.

**BIBLIOGRAFIA:**

ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ARAÚJO, Paulo César de. *Eu não sou Cachorro não*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

FAOUR, Rodrigo. *História Sexual da MPB: A evolução do amor e do sexo na sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

FONTANELLA, Fernando Israel. *A Estética do Brega: Cultura de Consumo e o Corpo nas Periferias do Recife*. Recife: dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, 2005.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.