



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO

EMERSON VINÍCIUS PEREIRA DOS SANTOS

**BREGAFUNK, HISTÓRIA E DESDOBRAMENTOS DO ESTILO QUE  
NASCEU EM PERNAMBUCO:  
Elaboração de cartazes para divulgação do estilo**

CARUARU  
2019

EMERSON VINÍCIUS PEREIRA DOS SANTOS

**BREGAFUNK, HISTÓRIA E DESDOBRAMENTOS DO ESTILO QUE NASCEU  
EM PERNAMBUCO:**

**Elaboração de cartazes para divulgação do estilo**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design.

**Área de concentração:** Cultura de Convergência

**Orientador:** Prof. Dr. Marcelo Machado Martins

CARUARU

2019

Catálogo na fonte:  
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

S237b Santos, Emerson Vinícius Pereira dos.  
Bregafunk, História e desdobramentos do estilo que nasceu em Pernambuco:  
elaboração de cartazes para divulgação do estilo. / Emerson Vinícius Pereira dos Santos.  
- 2019.  
111 f. il. : 30 cm.

Orientador: Marcelo Machado Martins.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de  
Pernambuco, CAA, Design, 2019.  
Inclui Referências.

· Brega (Música). 2. Cultura popular. 3. Convergência (Telecomunicação). I.  
Martins, Marcelo Machado (Orientador). II. Título.

CDD 740 (23. ed.) UFPE (CAA 2019-424)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO**

**PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE PROJETO DE  
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE**

**Emerson Vinícius Pereira dos Santos**

**“Bregafunk, História e desdobramentos do estilo que nasceu em Pernambuco:  
Elaboração de cartazes para divulgação do estilo”**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o(a) aluno(a) **Emerson Vinícius Pereira dos Santos**

**APROVADO(A)**

Caruaru-PE, 17 de dezembro de 2019.

---

Marcelo Machado Martins (orientador)

---

Nara Oliveira de Lima Rocha (examinadora)

---

Diego Gouveia Moreira (examinador)

Dedico este trabalho aos meus pais, por sempre incentivarem o meu crescimento pessoal e profissional e que, apesar de todas as adversidades, conseguiram me levar mais longe do que eu poderia imaginar.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer à Universidade Federal de Pernambuco, pela oportunidade de conseguir a minha primeira graduação, como também ao Reitor, Professor Anísio Brasileiro de Freitas Dourado, e ao Diretor do Centro Acadêmico do Agreste, Prof. Manoel Guedes Alcoforado Neto, pelo trabalho e dedicação para com a comunidade acadêmica. Gostaria também de agradecer aos coordenadores do curso de design, Danielle Simões Borgiani e Fábio Caparica, pelo trabalho que vêm desempenhando.

Quero agradecer também ao meu orientador, Marcelo Machado Martins, por todo o conhecimento que compartilhou comigo ao longo das orientações e também pelo carinho, compreensão e paciência que teve comigo ao longo desta pesquisa.

Gostaria de agradecer também ao Fotolab, Laboratório de Fotografia do Agreste, e ao LabTec, Laboratório de Tecnologia no Design, pelas oportunidades de estágio e pelos trabalhos que ajudei a desenvolver, pois me ajudaram a pôr em prática os ensinamentos aprendidos durante a minha jornada no curso de design e me fizeram crescer como estudante e profissional. Quero agradecer aos professores com quem tive o prazer de ter aula ao longo do curso, pelos seus ensinamentos e experiências divididas em sala de aula.

Por fim, gostaria de agradecer a todos os amigos e futuros colegas de profissão que fiz durante a graduação, pelos projetos que construímos juntos e pelas amizades que durarão para além da universidade. E, por fim, um agradecimento especial a Moisés Carlos, que me indicou o curso de design, e portanto, sou grato a ele pela minha futura profissão.

“O luxo é a manifestação da riqueza grosseira que quer impressionar quem permaneceu pobre. É a manifestação da importância que se dá à exterioridade e revela a falta de interesse por tudo o que seja elevação cultural. É o triunfo da aparência sobre a substância”

Bruno Munari (2008)

“A história fornece o quadro material e a política molda as condições que permitem a ação”

Milton Santos (2000)

## RESUMO

A cultura pernambucana é vasta e plural. Podemos nomear um dos muitos elementos culturais pernambucanos? Que tal o bregafunk? Este estilo, que nasceu na primeira década dos anos 2000, vem crescendo em popularidade não somente no estado, mas no país inteiro; apesar da sua popularidade, muitos estigmas ainda estão atrelados a ele, devido as suas origens em outros estilos (brega e funk). Do “cafona” a associações à criminalidade, são muitos os estereótipos ligados ao estilo, o que faz com que muitas pessoas negligenciem o bregafunk pelas suas origens. O universo do bregafunk é representante de uma cultura local, e agora também faz parte da cultura de massa, apesar de todas as adversidades e a relutância de algumas camadas sociais ou mesmo de grupos culturais hegemônicos em aceitar o estilo como cultura. Apesar da liberdade e da autonomia em produzir seu conteúdo e consumi-lo sem se importar com o discurso hegemônico, praticada pelas periferias onde o estilo nasceu, ainda há um desejo de que o bregafunk seja aceito por esses grupos culturais hegemônicos. Esta pesquisa teve como finalidade desenvolver uma alternativa de consumo do estilo bregafunk por meio da ajuda do design e da cultura da convergência, criando peças gráficas no formato de cartazes como forma de representar o estilo e assim, aumentar seu alcance e tentar inseri-lo em camadas mais relutantes da sociedade.

**Palavras-chave:** Bregafunk. Cultura de massa. Cultura da convergência.

## **ABSTRACT**

The pernanbucan culture is vast and plural. Can we name one of the many pernanbucan cultural elements? What about bregafunk? This style, which was born on the first decade of the 2000's, It is growing in popularity not only on its state, but all around the country. Even though its popularity, yet, many stigmas are attached to it, due to its origins in others styles (brega and funk). From "kitsch" to associations with criminality, there are many stereotypes linked to the style, which makes that many people neglect bregafunk for its origins. The bregafunk universe represents a local culture, and now it is also part of the mass culture, although many adversities and some social layers or even some hegemonic cultural groups reluctance in accepting the style as culture. Although the autonomy and liberty on producing its content and consuming it without caring about the hegemonic culture, practiced by the outskirts where the style was born, still there is a wish that the bregafunk be accepted by these hegemonic cultural groups. This research has the purpose to develop an alternative for the consuming of bregafunk with the help of design and convergence culture, creating graphic pieces on the shape of posters as a way to represent the style and so, increase its reach and try to insert it on some of the reluctant social layers.

**Key-words:** Bregafunk. Mass culture. Convergence culture.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Perfil do Estilo Bregoso no Instagram .....	64
Figura 2 - Fotos das camisas produzidas pelo Estilo Bregoso no Instagram .....	65
Figura 3 - Esquema proposto por Melo (2003) .....	77
Figura 4 - Painel de inspiração 1 .....	83
Figura 5 - Painel de inspiração 2 .....	84
Figura 6 - Experimentações .....	86
Figura 7 - Cartazes produzidos .....	87

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Posição da Rã – MC Cego e Metal .....	49
Quadro 2 -	Tô Topando Tudo - Mc Metal E Cego .....	50
Quadro 3 -	Ta Pegando Fogo - MC Troia .....	51
Quadro 4 -	Poderosa – MC Sheldon e Boco .....	52
Quadro 5 -	Que Brabinha Boy - Mc Matheus part. Danilo & Leo .....	52
Quadro 6 -	Revoltada - Mc Dadá Boladão .....	53
Quadro 7 -	Machucando o Coleguinha - MC Cego Abusado .....	54
Quadro 8 -	Preta (Preta do cabelo cacheado) – MC Roginho part. TH CDM .....	54

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1</b>	<b>Objetivo Geral .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2</b>	<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3</b>	<b>Justificativas .....</b>	<b>19</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1</b>	<b>A origem dos ritmos .....</b>	<b>23</b>
2.1.1	O brega .....	23
2.1.2	O brega pop .....	25
2.1.3	O funk .....	28
2.1.4	O funk no Rio de Janeiro .....	29
2.1.5	O funk no Recife .....	31
2.1.6	O bregafunk .....	34
<b>2.2</b>	<b>Caracterização e difusão do gênero .....</b>	<b>39</b>
2.2.1	O bregafunk e a cultura de massa .....	39
2.2.2	Estudo das letras das músicas .....	46
2.2.3	Processos de identificação .....	56
<b>2.3</b>	<b>A cultura da convergência .....</b>	<b>61</b>
2.3.1	A convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e a inteligência coletiva .....	61

2.3.2	A narrativa transmídia .....	67
<b>2.4</b>	<b>O design Gráfico e a construção de uma peça gráfica .....</b>	<b>69</b>
2.4.1	Elementos Visuais - (Tipos/Imagens/Cores/Texturas) .....	69
2.4.2	O cartaz .....	72
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>73</b>
<b>3.1</b>	<b>Metodologia geral .....</b>	<b>73</b>
<b>3.2</b>	<b>Métodos de procedimento .....</b>	<b>74</b>
<b>3.3</b>	<b>Metodologia Projetual .....</b>	<b>76</b>
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1</b>	<b>Aplicação do método .....</b>	<b>78</b>
4.1.1	Conhecimento das necessidades e deficiências da sociedade ou da parcela em questão .....	78
4.1.2	Briefing .....	79
4.1.3	Levantamento de dados .....	83
4.1.4	Conceituação do projeto .....	83
4.1.5	Elaboração da proposta preliminar do projeto .....	84
4.1.6	Apresentação da proposta ao cliente .....	85
4.1.7	Avaliação da proposta .....	85
4.1.8	Ajustes .....	85
4.1.9	Desenvolvimento do projeto .....	86

4.1.10	Implantação e/ou distribuição .....	89
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>90</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>93</b>
	<b>APÊNDICE A – Cartaz 1 .....</b>	<b>98</b>
	<b>APÊNDICE B - Cartaz 2 .....</b>	<b>99</b>
	<b>APÊNDICE C - Cartaz 3 .....</b>	<b>100</b>
	<b>APÊNDICE D - Cartaz 4 .....</b>	<b>101</b>
	<b>APÊNDICE E - Cartaz 5 .....</b>	<b>102</b>
	<b>ANEXO A - Tô Topando Tudo - Mc Metal E Cego (letra completa) .....</b>	<b>103</b>
	<b>ANEXO B - Ta Pegando Fogo - MC Troia (letra completa) ...</b>	<b>105</b>
	<b>ANEXO C - Poderosa – MC Sheldon e Boco (letra completa) .....</b>	<b>107</b>
	<b>ANEXO D - Revoltada - Mc Dada Boladão (letra completa) ..</b>	<b>109</b>
	<b>ANEXO E - Machucando o Coleguinha - MC Cego Abusado (letra completa) .....</b>	<b>110</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Para compreender esta pesquisa, é necessário que entendamos o contexto geral de como e por que o estilo bregafunk<sup>1</sup> nasceu, mas antes é importante sabermos quais fatores fizeram cada estilo se difundir separadamente, para assim conjecturarmos sobre como essa fusão aconteceu. Vale lembrar que o estilo bregafunk é genuinamente pernambucano, portanto, ao longo desta pesquisa, estudaremos o contexto desses outros dois estilos (brega e funk) sobretudo em âmbito regional.

O bregafunk é um estilo jovem que derivou da hibridização de dois estilos mais antigos, o brega e o funk, como dissemos. Sabe-se que a evolução dos estilos e a popularização deles em escala nacional tornaram ambos propícios a mudanças em suas características de acordo com a cultura de cada região.

Em Pernambuco, o funk foi introduzido em meados da década de 1980, mas só começou a ganhar visibilidade a partir dos anos 1990 e fazia sucesso em casas de shows nos bairros periféricos da zona metropolitana do Recife. Esses shows, que eram oferecidos frequentemente, mesmo que fossem inspirados no funk carioca, já se apresentavam uma característica regional: era comum que nas letras fossem tratados temas que incitassem a rivalidade entre os bairros, o que ocasionava brigas e cenas de violência dentro e fora das casas de baile funk. Houve uma época em que o morador de um bairro não podia visitar um bairro “rival”, pois era provável que tal visita originasse uma ação de violência e, em alguns casos, causando até a morte de pessoas. Por volta de 2004, a violência era tão grande que foi preciso que essas casas de shows que tocavam funk fossem fechadas pela polícia, causando assim a decadência do estilo na região.

---

<sup>1</sup> O estilo bregafunk possui outras formas de ser chamado, como “brega funk” ou “brega-funk”, nesta pesquisa vamos nos referir ao estilo como “bregafunk”.

Enquanto isso, o brega já era um fenômeno caracteristicamente nordestino que tinha espaço nos meios de comunicação (nas rádios e nos programas de TV regionais das tardes) e principalmente no Recife, o que fazia com que ele ultrapassasse a barreira social que o funk não conseguiu transpor. Cantores famosos como Reginaldo Rossi e a banda Labaredas, por exemplo, eram grandes nomes do estilo em Pernambuco, que, ao longo dos anos, e principalmente depois dos anos 2000, passaram a “cantar” uma música mais romântica que assemelhava-se à sofrência<sup>2</sup> de hoje em dia, tornando-se, então, a temática sobre uma disputa entre os sexos, que seria a revolta do homem, o abandono da sofrência, aí é quando acontece a fusão entre estes dois estilos que formaram o bregafunk.

Mc Leozinho<sup>3</sup>, que começou a carreira cantando funk nas casas de shows da periferia do Recife, percebeu que a incitação da rivalidade entre os bairros impedia que o funk crescesse em maior escala, pois os próprios adeptos do funk brigavam entre si. Essa foi uma das principais causas do declínio do antigo funk recifense na época, como vimos. Esse artista, então, tentou encontrar uma saída para diminuir essa rivalidade e, assim, criou um funk que, ao invés de comparar os bairros, exaltasse todas as comunidades e todos os bairros. Embora tenha tido mérito a iniciativa, ela não se concretizou, pois já era tarde demais para que houvesse uma reversão da rivalidade, que só aumentava, causando mais e mais a intervenção de policiais e, por fim, o fechamento das casas de baile funk.

---

<sup>2</sup> A sofrência seria a famosa “dor de cotovelo”, uma mistura de sofrimento e carência. A sofrência fazia parte das letras de música do brega e atualmente já é um estilo separado, tendo o cantor Pablo como um de seus maiores representantes, pois foi ele que tornou o estilo conhecido por todo o Brasil; um exemplo de um de seus sucessos é a música “Porque homem não chora”, apesar da separação, o brega ainda usa uma temática semelhante em suas músicas.

<sup>3</sup> MC significa Mestre de Cerimônias, e pode ser um artista que trabalha no âmbito musical ou um apresentador de eventos.

Com isso, os MC's da época não sabiam direito como seguir com sua música, e MC Leozinho foi um dos primeiros a migrar para o brega, passando para essa temática mais romântica e lenta, característica do brega da época, e fez sucesso porque o público "achava curioso" ver um MC cantando brega. Essa foi a saída para vários outros MC's que viram a carreira ameaçada pela decadência do funk, passando não apenas a ser uma alternativa, mas sim uma necessidade de migração para o brega. Só por volta de 2008/2009 é que MC Cego e MC Metal formaram uma dupla e começaram a fazer participações em shows de brega e, em parceria com Mary Campbell, famosa cantora de brega recifense, criaram uma música chamada "Melô do amigo Safado" que, pela primeira vez, além do ritmo e da batida conhecida do brega, acrescentaram ao ritmo viradas de tamborzão e ritmos mais acelerados, contribuindo, assim, para as origens do que mais tarde seria conhecido como bregafunk.

É importante lembrar que o bregafunk foi uma ruptura do estilo clássico do brega em que o homem sofria por uma mulher. É como se esse novo estilo fosse a revolta do homem contra essa mulher, fazendo com que sua temática girasse em torno de uma disputa entre os sexos e posteriormente abraçando a libertinagem. Essa foi a evolução do estilo ao longo dos anos, quando ele sai da temática de sofrência para a fase em que o homem ou a mulher mostra que superou a sua perda/ausência, agora mostrando uma "superação" que ao mesmo tempo era uma forma de se mostrar melhor que o outro. Nas músicas os cantores de bregafunk passavam essa mensagem, que mais tarde incorporou temas de cunho sexual, que é o que comumente ouvimos hoje em dia. Apesar da evolução no brega, só por volta de 2012/2013 é que se percebe que bregafunk é um estilo à parte do brega, mas já tendo ficado conhecido em escala nacional por volta de 2010/2011 com a música "Posição da rã", dos MCs Metal e Cego. Essa música, inclusive, foi a primeira a ultrapassar o sucesso regional e foi parar no programa Domingo Legal no SBT<sup>4</sup>, fazendo sucesso em

---

<sup>4</sup> Domingo Legal é um programa que está no ar desde 17 de janeiro de 1993 no canal de televisão SBT, exibido às 11 horas nas manhãs de domingo; apresentado inicialmente por

todo o país. Com isso, outros artistas e bandas cantaram e regravaram a música, como a banda Aviões do Forró. O mesmo aconteceu no início de 2018 com o hit de Carnaval “Envolvimento” de MC Loma, artista de apenas 15 anos; a partir daí, foi possível que cantores de fora do estado e de fora da região Nordeste pudessem usar esse estilo nas suas novas composições, primeiro buscando parcerias, como as que MC Loma fez com Jerry Smith<sup>5</sup>, por exemplo, na música “Não se apaixona”.

Mesmo com a visibilidade nacional que o bregafunk ganhou em 2018, ainda assim é possível perceber que há um pré-julgamento das camadas sociais mais elevadas quando elas ouvem esses dois nomes juntos, o funk, que era uma música de periferia, e a palavra “brega”, que, mesmo sem associação nenhuma ao estilo de música, denota que algo é cafona, exagerado, ultrapassado. Isso fez com que ele fosse repellido, mesmo sem ser compreendido pelas classes mais altas da sociedade.

A partir do exposto, propusemos como questão norteadora da nossa pesquisa o seguinte:

É possível identificar elementos nos estilos brega e funk na sincretização do bregafunk e, com eles, elaborar peças gráficas que contribuam com a divulgação desse novo estilo, democratizando o acesso a ele como bem cultural?

Para respondê-la, entendemos ter sido necessário fazer uma lapidação do estudo dos estilos já citados, pois precisamos entender como a cultura de convergência atuou na criação do bregafunk, se é o seu discurso que separa a cultura periférica da cultura hegemônica e se, de alguma forma, a batida envolvente foi o que tornou o estilo popular nacionalmente e, por fim, ao invés

---

Gugu Liberato, que ficou até 2009, sendo substituído por Celso Portioli, que segue como atual apresentador.

<sup>5</sup> Jerry Smith é o nome artístico de Rodrigo Silva dos Santos, ele é um cantor brasileiro de funk paulista e carioca.

de oferecer a música em si, oferecermos outras formas de sua difusão, criando alternativas de democratização do estilo, propiciando a ele formas de divulgação como a de outros estilos que fazem parte da cultura hegemônica.

É também importante lembrar que é necessário que nós, como pesquisadores, não tenhamos medo ou receio de pesquisar sobre esta área, que não foi tão explorada ainda e que, através disso, criemos a oportunidade de conhecer um pouco mais sobre a nossa história regional e o desenvolvimento da sociedade através desta perspectiva musical. Assim como a moda, a música é a representação da vivência da sociedade no momento em que se vive, seja ela local ou em espaços mais abrangentes; é importante, pois, que façamos bom uso desses estudos para darmos a outras pessoas a possibilidade de um esclarecimento do que aconteceu nesta época e neste lugar determinado.

### **1.1 Objetivo Geral**

- O objetivo geral desta pesquisa é produzir uma coleção de cartazes como alternativa de consumo do bregafunk, preservando o seu discurso, porém, mudando o formato pelo qual ele é comumente transmitido além de buscar trazer visibilidade a esse grupo através de uma nova mídia.

### **1.2 Objetivos Específicos**

Para tanto, foi necessário pesquisar a história e a origem do brega, do funk e o do bregafunk sobretudo no âmbito regional, para que assim, pudéssemos estudar a cultura de massa; fizemos um estudo sobre a música, para entender se é a batida ou é a letra que tornou esse estilo conhecido em todo o Brasil. Esse percurso foi organizado nos seguintes objetivos específicos:

- Contextualizar, histórica e esteticamente o funk, o brega e o bregafunk;

- Compreender o bregafunk do ponto de vista da cultura de massa/indústria cultural por meio de comentários a respeito de algumas músicas, discutindo os processos de identificação desencadeados por elas;
- Discutir o bregafunk a partir de possibilidades de promoção com mecanismos da cultura de convergência;
- Explicar os trabalhos do design gráfico para a produção final deste projeto: coleção de cartazes de divulgação/apresentação do bregafunk;

### **1.3 Justificativa**

Um dos motivos que nos levou a querer investigar mais sobre o assunto é que, de acordo com as nossas experiências dentro da academia, pudemos notar que há um certo preconceito, ou até mesmo uma indiferença ao se falar de temas como o bregafunk, cujas letras tratam da representação de um aspecto da vivência da cultura de massa. Apesar de o nosso curso ser acolhedor e trabalhar com a diversidade, ainda existe uma certa resistência para temas que não fazem parte da cultura hegemônica. Nós, como designers, que trabalhamos com o público, e projetamos para diferentes nichos da sociedade, não podemos ignorar o fato de que o gosto desse público influencia o nosso trabalho, pois quando projetamos ou planejamos uma peça gráfica, por exemplo, não podemos impor o nosso gosto pessoal sobre ela, mas sim fazer um estudo do público-alvo e assim projetar para aquela parcela da sociedade, na qual os ouvintes de funk, brega e bregafunk estão inclusos.

Este trabalho, portanto, tem o intuito de aproximar esses grupos hegemônico e também a academia da realidade retratada nas músicas e, através desta pesquisa, evidenciar esse estilo, que por muitos ainda é considerado periférico, aproximando-o da cultura hegemônica.

## Descrição dos Capítulos

### 2.1 – A origem dos ritmos

Baseado no livro de Araújo (2002), *Eu não sou cachorro não – Música popular cafona e ditadura militar*, pudemos estudar a origem do ritmo brega, num âmbito nacional e como ele recebeu essa denominação. Em seguida, estudamos o brega-pop, através da dissertação de mestrado de Fontanella (2005), *A estética do Brega: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife*; um estilo bastante popular no nordeste, e o sucesso que ele alcançou em cidades como Belém e Recife, e como esse estilo se desenvolveu na capital pernambucana.

Estudamos a história e a origem do funk em três etapas diferentes: na primeira, utilizando como fonte, a dissertação de Mestrado de Vianna (1987), *O Baile Funk Carioca: Festas e Estilos de Vida Metropolitanos*, estudamos a origem do estilo nos Estados Unidos; na segunda etapa, ainda utilizando Vianna (1987), estudamos o funk no Rio de Janeiro, onde houveram umas das primeiras manifestações do estilo em território nacional; na terceira etapa, estudamos o funk no estado de Pernambuco, mais especificamente na Região Metropolitana de Recife, através da tese de doutorado de Gomes (2013), *Tudo junto e misturado: violência, sexualidade e muito mais nos significados do funk pernambucano/ “É nós do Recife para o mundo”*, e também da dissertação de mestrado de Fontanella (2005), já citada acima.

Os estudos sobre o bregafunk na Região Metropolitana de Recife foram baseados em duas matérias feitas pelo jornalista GG. Albuquerque, para o site Vice Brasil, sendo a primeira intitulada: *O nascimento do bregafunk é a história de sobrevivência dos MCs do Recife*, e a segunda, *Como o bregafunk deixou de ser um ritmo pra virar um movimento cultural*, ambas publicadas em 2018; elas fazem um estudo detalhado da origem do estilo bregafunk; também utilizamos a tese de doutorado Gomes (2013), para complementar a pesquisa, além de usarmos informações do site Marco Zero, de uma matéria intitulada:

*Passinho: racismo policial reprime encontros e já fez a primeira vítima*, feita pela jornalista Mariama Correia, para entendermos como o preconceito ainda hoje atua no estilo.

## 2.2 – Caracterização e difusão do gênero

Nesta etapa, estudamos as relações entre o bregafunk e a cultura de massa, entendendo primeiramente o que é a cultura (em geral), com base nos estudos de Ortiz (2016), em *A escola de Frankfurt e a questão da cultura*, e em seguida compreender a cultura de massa e como ela está relacionada com o bregafunk através do artigo de Gianelli (2012), *A lógica cultural urbana: Cultura de massa e indústria cultural*; utilizamos também o artigo de Maragon, Maciel e Santos (2013), *Mídia, cultura de massa e cultura local: Conflitos culturais*, para compreender o que é a cultura local, complementando os estudos do capítulo com a dissertação de mestrado de Fontanella (2005), e com as matérias publicadas pela Vice Brasil.

Em seguida, fizemos uma introdução utilizando as matérias da Vice Brasil sobre o bregafunk, e comentamos alguns trechos de músicas do estilo para compreender as relações interpessoais e entre pessoas e produtos dentro do estilo; depois, utilizando o artigo de Trotta (2009), *Música popular, moral e sexualidade: reflexões sobre o forró contemporâneo*, observamos como a sexualidade nas músicas são retratadas ao longo dos anos, e como os “códigos morais” impostos pela cultura hegemônica são aceitos por populações periféricas.

No processo de identificação, utilizamos o artigo de Trotta (2009), já citado acima, para entendermos de quais maneiras as pessoas poderiam se identificar com algum estilo musical, também utilizamos a tese de doutorado Gomes (2013), para complementar o pensamento de Trotta.

## 2.3 – A cultura da convergência

Nesta etapa, utilizamos o livro de Jenkins (2009), *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*, para elucidar como poderíamos associar a cultura de convergência com o produto que criamos. Jenkins (2009), explica que a cultura de convergência se divide em três partes, a convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva, definimos cada um desses termos e em seguida associamos esses conceitos com o estilo bregafunk.

Na narrativa transmídia, ainda com base no livro de Jenkins (2009), também explicamos como dar ao consumidor, formas diferentes de consumir o mesmo produto.

#### 2.4 – Design gráfico

Nesta etapa, estudamos brevemente os elementos que compõem uma peça gráfica, como a imagem, e cor baseadas no livro de Farina (2006), *Psicodinâmica das cores em comunicação*; o estudo sobre textura foi baseado no livro de Lupton (2008), *Novos fundamentos do design*; para abordar os tipos/tipografia na peça gráfica, utilizamos o artigo de Mota e Amendola (2016), *Tipografia e design na construção da linguagem visual da letra*; para tratar do layout, utilizamos o livro de Fonseca (2008), *Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros*, e para abordarmos o grid, utilizamos Samara (2007), *Grid: Construção e desconstrução*, como fonte de pesquisa.

Para falarmos sobre o cartaz, também utilizamos Fonseca (2008), ele nos explica a importância do cartaz ao longo dos anos, desde a sua criação.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 A origem dos ritmos

O contexto histórico do bregafunk se dá através de seus antecessores, o brega e o funk. Nesta fase, estudaremos a história desses ritmos através dos anos até a fusão deles.

#### 2.1.1 O brega

Segundo Araújo (2002)<sup>6</sup>, entre os anos de 1968 e 1978 artistas como Odair José, Nelson Ned, Agnaldo Timóteo, Waldik Soriano, Cláudia Barroso, Benito di Paula e Dom & Ravel apareciam nas listas de mais vendidos da indústria fonográfica com músicas como “Eu não sou cachorro, não”, “Pare de tomar a pílula”, “Vou tirar você desse lugar”; grande parte da população brasileira se identificou, amou e sofreu com estas e muitas outras músicas do segmento *cafona*<sup>7</sup>, como era conhecido na época.

Em sua obra, o pesquisador ainda afirma que durante a década de 1970, apesar do seu sucesso, o estilo brega não teve o reconhecimento merecido por parte da historiografia da música popular brasileira.

Nas publicações referentes à década de 70, de maneira geral são focalizados nomes como os de Chico Buarque, Elis Regina, Gilberto Gil, Milton Nascimento, e discos como "Sinal fechado", "Falso Brilhante" "Clube da Esquina", todos, sem dúvida, representativos, mas que na época eram consumidos por um segmento mais restrito de público, localizado na classe média. O que a maioria da população brasileira ouvia eram outras vozes e outros discos. (ARAÚJO, 2002, p. 10 do PDF)

Durante a época do regime militar no Brasil, a música popular brasileira teve um grande papel como forma de protesto com letras carregadas de

---

<sup>6</sup> Utilizamos uma versão digital em formato PDF do livro de Araújo (2002), *Eu não sou cachorro não – Música popular cafona e ditadura militar*, por não haver numeração nas páginas da versão digital, colocamos nas citações diretas as páginas do PDF referentes às citações.

<sup>7</sup> Segundo Araújo, o jornalista Carlos Imperial introduziu na mídia a expressão “cafona” (palavra de origem italiana, “cafóne”, que significa indivíduo humilde, vilão, tolo) que foi usada durante a década de 1970 para se referir ao ritmo “brega”, termo que só começou a ser utilizado no início dos anos 1980. Segundo a *Enciclopédia da Música Brasileira*, “brega” é um termo utilizado para designar “coisa barata, descuidada e malfeita” e a “música mais banal, óbvia, direta, sentimental e rotineira possível, que não foge ao uso sem criatividade de clichês musicais ou literários”. (ARAÚJO, 2002)

metáforas que visavam demonstrar o inconformismo com a situação político-social da época. O que é pouco ressaltado na literatura especializada é que artistas como Paulo Sérgio, Odair José, Benito di Pauta e, a dupla Dom & Ravel também tiveram um papel de resistência importante. (ARAÚJO, 2002)

Três aspectos chamam a atenção no universo deste grupo de cantores/compositores. Em primeiro lugar, a mensagem de suas canções: grande parte delas traz a denúncia do autoritarismo e da segregação social existentes no cotidiano brasileiro. O segundo aspecto é a relação entre esta produção musical e o momento histórico: a maioria de seus autores e intérpretes alcança o auge do sucesso entre 1968 e 1978, período de vigência do Ato Institucional nº 5, sendo também proibidos e intimados pelos agentes da repressão do regime. E o terceiro aspecto, a origem social do público e dos artistas: ambos oriundos dos baixos estratos da sociedade e boa parte deles tendo vivenciado uma das grandes mazelas do nosso país, o trabalho infantil. (ARAÚJO, 2002, p. 12 do PDF)

Apesar da grande repressão política da época, este período foi também o momento de expansão da indústria fonográfica. De acordo com Araújo (2002), entre os anos de 1970 e 1976 a indústria brasileira do disco cresceu em faturamento cerca de 1.375%; como resultado, a venda de LPs e compactos na época passou de 25 milhões para 66 milhões de unidades a cada ano. Com isso, a música popular se firmava como canal de expressão de uma grande camada da população brasileira, através de sambas, boleros e baladas.

Como intérpretes de bolero se destacam naquele período os cantores Waldik Soriano, Nelson Ned, Lindomar Castilho e Claudia Barroso, que seguem a tradição da influência hispânica que se faz presente no Brasil desde a década de 40. Um outro grupo vai trilhar a linha do samba, ou "sambão-jóia", como pejorativamente eram tachados na época: Benito di Paula, Luiz Ayrão e Wando (que até 1978 ainda não havia aderido de vez ao estilo de baladas românticas). E um terceiro grupo, que engloba a maior parte destes cantores populares, vai se expressar através do ritmo da balada, e tem entre os seus principais representantes Paulo Sérgio, Odair José, Evaldo Braga, Agnaldo Timóteo e outros, que são continuadores de um estilo romântico consagrado por Roberto Carlos e a turma da Jovem Guarda nos anos 60. Portanto, esta geração de artistas "cafona" se expressou basicamente através de três gêneros musicais já bastante testados e consolidados no gosto do público ouvinte de rádio e de discos. (ARAÚJO, 2002, p. 16 do PDF)

O que podemos perceber num contexto geral é que o brega, ou o "segmento cafona", nesta época, não era pertencente a um único gênero

musical, mas três, como na citação acima, apesar de um desses englobar a maior parte dos intérpretes.

### 2.1.2 O brega pop

Desde os anos 1990, o brega “tradicional” foi perdendo espaço na mídia a ponto de o estilo entrar em declínio. Isso fez com que os artistas da época do auge do brega passassem a viver de cantar seus grandes sucessos e fazer shows em cidades no interior do país. Fontanella (2005), na sua dissertação de mestrado: *A estética do Brega: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife*<sup>8</sup>, afirma que:

No período que se seguiu ao esmaecimento do brega “tradicional”, ondas sazonais de ritmos dançantes surgidos no nordeste do país [...] experimentaram sucesso por períodos limitados, formando modas como a lambada e o axé. Essas músicas uniam influências das mais diversas: a temática romântica do brega com o humor popularesco do “forró de duplo sentido” já bastante conhecido nas regiões; ritmos dançantes caribenhos com arranjos e instrumentos típicos do rock, como a guitarra e o teclado; e a presença de dançarinos com roupas chamativas encenando coreografias sensuais nos palcos. (FONTANELA, 2005, p. 21)

Apesar do declínio do estilo durante os anos, novas ondas do estilo brega se desenvolveram em algumas capitais nordestinas, como exemplo, Recife e Belém, que mesmo não possuindo uma grande projeção na época, conseguiram um reconhecimento em espaços pouco reconhecidos.

[...] muitos músicos em cidades como Belém do Pará e Recife, onde não havia se estruturado uma cadeia de produção e divulgação musical como aconteceu no caso da Bahia e a “indústria do axé music”, passaram a trabalhar em espaços alternativos populares. Embora a maior parte dos meios de comunicação, das gravadoras e das grandes casas de show ignorassem sua existência, esses artistas continuaram produzindo, assimilando as influências novas que chegavam, mantendo um público significativo nas periferias. (FONTANELA, 2005, p. 21)

Em Belém, mesmo com o afastamento do brega das rádios, os artistas continuaram a promover as suas músicas através de dois canais principais: nos

---

<sup>8</sup> Dissertação de mestrado, orientado pela Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ângela Freire Prysthon – Universidade Federal de Pernambuco – Centro de Artes e Comunicação. 2005.

“bregões”, grandes eventos que aconteciam em casas de shows, e nas festas populares em cidades pequenas nas quais os sucessos desses cantores eram reproduzidos tanto por cantores locais, como por grandes aparelhos de som profissionais; e também através do comércio de CDs piratas vendidos pelos camelôs e ambulantes, esta prática era consentida pelas bandas. (FONTANELA, 2005)

Fontanela (2005) afirma que o brega teve uma maior inserção na mídia local paraense, e mesmo Recife possuindo sistemas de mídias como rádio e emissoras de tv desenvolvidos, o espaço para esse estilo ainda era pequeno. Com a vinda de artistas paraenses para as periferias do Recife, a população pôde presenciar uma grande estrutura nos shows, que tratavam de temas que estavam de acordo com a vivência e experiência daquelas pessoas da periferia, além de usar os mesmos recursos de iluminação e figurinos chamativos dos shows de pop<sup>9</sup>.

Com este espaço sendo reconquistado nas periferias do Recife, em Pernambuco, artistas de sucesso como Reginaldo Rossi e Adilson Ramos eram grandes inspirações para bandas dessa nova geração do estilo brega, e o termo “brega”, que antes ainda era visto como pejorativo, a partir de então foi assumido como estilo musical, e sendo até incorporado a nomes de bandas. (FONTANELA, 2005)

Os temas das músicas variam entre o romântico e temas eróticos e sexuais, e as coreografias interpretadas pelos dançarinos e as suas roupas ajudavam a enfatizar o clima erotizado das músicas como aponta o autor:

Para criar a ambiência necessária para encenar essa libertação do corpo, as bandas bregas nordestinas se utilizam inúmeros recursos de palco, sempre exagerados a maneira *kitsch*. Os casais de dançarinos que acompanham a banda executam coreografias de movimentos amplos e intensos, frequentemente com clara conotação sexual, e que são destacados pelo uso de roupas especialmente preparadas para destacar partes significativas do corpo. Nesse

---

<sup>9</sup> Geralmente os shows de pop apresentam estruturas e cenários extravagantes com artifícios como dança e outras performances.

sentido, a indumentária tem um importante papel para o reforço dos significados de libertação de que o corpo é investido. (FONTANELA, 2005, p. 24)

É interessante ressaltar que Fontanela explica que durante a sua pesquisa<sup>10</sup> crescia o número de “celebridades” do Brega Pop, sendo elas representadas por artistas periféricos que possuíam fãs-clubes e eram idolatrados, seguindo um modelo de “ícones” como artistas do pop norte-americano<sup>11</sup>. Por causa desse reconhecimento, os artistas começaram a disputar um maior espaço na mídia de massa<sup>12</sup> e, como consequência, houve uma espécie de filtragem de alguns elementos das músicas. Bandas no Pará, por exemplo, já haviam adotado um novo nome para o estilo, que passou a ser chamado de *Calypso*, e juntamente com a mudança do nome, o conteúdo sexual nas letras se tornou mais tênue e ameno. Bandas no Recife mudaram os nomes para não serem mais tão ligados somente ao estilo brega, como a banda Brega.com, que passou a ser chamada de Banda.com. Apesar do conteúdo sexual ser popular nas músicas do estilo brega pop em geral, eles são considerados agressivos para a estética tão engessada da mídia de massa.

Levando em consideração o fato de que essas bandas ficaram por muito tempo restritas às periferias das cidades (tanto no Pará, como em Pernambuco), não havia uma forma de profissionalização dos meios de divulgação do estilo, então a maneira encontrada para a popularização das bandas se deu ao longo dos anos através da pirataria de forma “consentida” na venda dos CDs e por meio de compactos<sup>13</sup>, que são coletâneas feitas por DJs de prestígio nessas periferias. Essas coletâneas reúnem os sucessos das

---

<sup>10</sup> A pesquisa de Fontanella durou cerca de dois anos, sendo finalizada em 2005.

<sup>11</sup> Um dos estilos musicais mais populares nos EUA, que possuem artistas considerados símbolos da representação do estilo, admirados e idolatrados por seus fãs, como Whitney Houston, Madonna, Michael Jackson, etc.

<sup>12</sup> Mídia de massa ou *mass media*, de acordo com o *Cambridge Dictionary* (dicionário online), são os meios de comunicação de massa, ou seja, os jornais, televisão, rádio e a internet.

<sup>13</sup> Fontanella (2005) explica que os “compactos” aos quais ele se refere são CDs produzidos por DJs periféricos que agrupam vários sucessos de bandas bregas do momento; esses compactos também serviam como forma de divulgação das bandas nos bairros.

bandas do momento, e contam com vários volumes, o que torna mais fácil a divulgação delas. Como é explicado na pesquisa de Fontanela, não somente os CDs justificam essa relação dos camelôs com os cantores e bandas, mas também porque muitos dos bens culturais ligados à estética do brega são comercializados por esses camelôs, como a indumentária utilizadas pelos dançarinos, que provém de feiras populares nordestinas. Ele ainda afirma que em conversa com produtores musicais, pôde compreender que o lucro dessas bandas vem dos shows e apresentações ao vivo, pois uma banda que está fazendo sucesso pode fazer até seis ou sete shows por semana e ainda conciliar com apresentações em programas televisivos que são direcionados ao brega, especialmente para promover suas apresentações. Em resumo, os artistas que permitem que os seus CDs sejam comercializados pelos camelôs e ambulantes, emplacando os seus sucessos, são mais requisitados para shows e apresentações na tv.

### 2.1.3 O funk

A história do funk, cujo o estilo é originalmente estadunidense, assim como a do brega, vem de uma derivação de estilos predecessores. Com a migração de uma grande parte da população negra, que vivia em fazendas no Sul dos Estados Unidos, para os grandes centros urbanos no Norte do país por volta de 1930/1940, houve uma fusão entre o estilo rural com influências de ritmos urbanos. O *blues*, um estilo musical rural, ficou mais elétrico, passando a ser conhecido como *rhythm and blues*; o ritmo ganhou visibilidade nos programas de rádio e encantou a juventude branca da época, que passou a copiar o estilo de tocar, cantar e se vestir dos negros; então nasce o rock. O estilo *rhythm and blues* foi se distanciando da batida do rock e começou a se ramificar em outros estilos, como, por exemplo, o *soul*, que é uma hibridização do gospel e do *rhythm and blues*. Esta junção, de acordo com alguns autores, parecia ser improvável, já que o gospel era o estilo musical protestante negro e o *rhythm and blues* considerado profano. O *soul* fez sucesso e teve artistas

como James Brown como exemplo de cantores desse segmento. Na década de 1960, o *soul* teve um papel importante no movimento em prol da “conscientização” dos direitos civis dos negros norte-americanos. Mesmo com um tom revolucionário, o *soul* foi perdendo espaço no cenário da época e passando a ser associado como sinônimo de “black music”, sendo, inclusive, encarado por alguns artistas negros como rótulo comercial (VIANNA, 1987), e daí surgiu o funk, como veremos.

Nessa época, a gíria *funky* (segundo o Webster Dictionary - “foul-smelling; offensive”<sup>14</sup>) deixou de ser considerada um palavrão e passou a ser um símbolo de orgulho negro. A gíria representava quase um estilo de vida, e poderia ser associada à maneira de tocar músicas, ao modo de se vestir, e até mesmo bairros poderiam ser considerados *funky*, que pouco depois ficou conhecido apenas como funk. Diferentemente do *soul*, o funk utilizava-se de ritmos mais marcados (pesados) e arranjos mais agressivos. Apesar de ser um estilo feito por negros e para os negros, o funk, assim como seus predecessores, fez grande sucesso na época, e em 1975 teve seu primeiro disco gravado por uma banda chamada *Earth, Wind and Fire*, com a música de grande sucesso e também tema do álbum *That's the way of the world*, que ficou em primeiro lugar nas paradas norte-americanas. (VIANNA, 1987)

#### 2.1.4 O funk no Rio de Janeiro

As primeiras manifestações do funk no Rio de Janeiro começaram por volta de 1970, e aconteciam na zona sul da cidade, no Canecão<sup>15</sup>, aos domingos. Esses eventos eram organizados pelo locutor de rádio conhecido como Big Boy e pelo discotecário Ademir Lemos. Big Boy apresentava um programa na rádio Mundial de segunda a sábado e essa rádio era mais voltada para o público jovem. Essas festas no Canecão eram conhecidas como “bailes

---

<sup>14</sup> “malcheiroso; ofensivo”, tradução livre.

<sup>15</sup> Canecão foi uma tradicional casa de espetáculos localizada em Botafogo, Rio de Janeiro, inaugurada em 1967; fechou as portas em 2010.

da pesada” e chegavam a reunir até 5.000 pessoas de todos os bairros cariocas. Apesar da influência do funk nos eventos, Ademir também tocava outros estilos, como rock e pop, mas preferia tocar o *soul*, músicas de artistas como James Brown e Wilson Picket. Apesar do sucesso do Canecão, vislumbrando a oportunidade de transformar a casa de show em um espaço nobre para a MPB, os diretores do evento começaram a por restrições em quase tudo relacionado aos bailes, fazendo com que o público começasse a sentir falta de liberdade, até que a direção da casa pediu que os organizadores acabassem com o baile da pesada - relata Ademir ao *Jornal da Música*, em 1977 (apud VIANNA, 1987, p. 52). A partir disso, Ademir e Big Boy tiveram a ideia de transferir os eventos para clubes no subúrbio, e a cada fim de semana a festa acontecia em um bairro diferente. Para que isso fosse possível, os organizadores contavam com a legião fiel de fãs que acompanhavam esses bailes, então, itinerantes. Com o tempo, alguns desses seguidores resolveram criar suas próprias equipes de som, e essas equipes criavam nomes para si, como Revolução da Mente, inspirada no disco “Revolution of The Mind” de James Brown, Black Power e Soul Grand Prix. (VIANNA, 1987)

Mesmo com o ecletismo dos estilos no início dos bailes da pesada, o estilo que dominou foi o *soul*; como explicação, Vianna (1987) diz que seus informantes afirmam que o *soul* era uma música com ritmo mais marcado, e melhor para dançar; o fato de que alguns frequentadores tinham coreografias contribuía para que músicas com uma batida mais forte fossem tocadas. Os discos de “balanço”, como eram conhecidos os discos com músicas mais dançantes, eram difíceis de encontrar, e quase não havia acesso a informações sobre novos lançamentos, por essa razão o termo “soul” ainda era usado no Rio, enquanto nos Estados Unidos o ritmo já era chamado de funk. O acesso a discos importados era difícil, pois poucas lojas importavam discos de *soul*.

Quem conseguia um bom disco rasgava o rótulo, para torná-lo um artigo exclusivo de determinada equipe (uma prática comum entre discotecários de países periféricos aos centros de produção musical).

Uma equipe trocava o nome de uma música de sucesso por outro nome ou até mesmo por outros discos... A oferta era sempre escassa, principalmente porque o número de equipes foi aumentando. Aeroçoas e amigos que viajavam eram acionados para trazer novos sucessos. Foi nessa época que apareceu aquilo que conhecido hoje como “transação de discos”, a troca ou venda entre equipes e discotecários. (VIANNA, 1987, 54)

Enquanto as músicas tocavam nos bailes, slides eram projetados com imagens de documentários, filmes que exaltavam o estilo e a cultura negra, além de artistas e esportistas negros. Com isso, os dançarinos de grupos, como o Soul Grand Prix, criaram um estilo de vestir a partir das referências visuais que estavam recebendo, mas também usavam como referência as capas de discos; essa foi a época dos cabelos afro, sapatos de solado alto, etc. As divulgações dos eventos eram feitas por meio de faixas em ruas movimentadas, e no final de cada baile, os discotecários avisavam em qual bairro aconteceria o baile seguinte, depois de um tempo, surgiram os folhetos e anúncios na rádio Mundial. (VIANNA, 1987)

#### 2.1.5 O funk no Recife

As informações sobre o funk em Recife são bastante escassas, pois não foram encontrados estudos que se aprofundassem sobre o tema na região Nordeste, sobretudo em Pernambuco; a tese de doutorado de Jaciara Josefa Gomes, *Tudo Junto e Misturado - Violência, sexualidade e muito mais significados do funk pernambucano - É nós do Recife para o Mundo*<sup>16</sup>, e o site Vice Brasil<sup>17</sup> fazem uma breve referência ao estilo e sobre como ele atuou na capital pernambucana.

Gomes (2013) afirma que os bailes funk no Recife começaram a acontecer na década de 1980, realizados em lugares como o América Futebol Clube, SESI do Vasco e no SESI de Maranguape, mas foi a partir dos anos

---

<sup>16</sup> Tese de doutorado, orientada pela Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Virgínia Leal. Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. 2013.

<sup>17</sup> O site Vice Brasil fez uma sequência de três matérias sobre o estilo bregafunk, escritas por GG. Albuquerque.

1990 que esse estilo teve mais força na Região Metropolitana do Recife, pois a produção de funk brasileiro nessa época foi grande e isso possibilitou a conquista da mídia e uma diversificação maior do público. No final da década de 1990, o funk foi perdendo visibilidade para outros estilos como o pagode e o sertanejo, porém no início dos anos 2000 ele volta novamente, dessa vez, tendo como principal consumidor o público suburbano. Segundo a autora, um dos principais veículos de divulgação da produção de funk local na época era um programa de rádio chamado Pancadão Astral<sup>18</sup>, comandado pelo MC Gera (Geraldo Diniz).

Sobre essa época, a primeira matéria do site Vice Brasil sobre o bregafunk: *O nascimento do bregafunk é a história de sobrevivência dos MCs do Recife*, afirma:

[...] equipes como a Milkshake, Mastermix e DJs como Ricardinho e Ivanildo, entre vários outros, sacudiam festas com milhares de pessoas na capital pernambucana. Essas festas duraram até o início dos anos 2000, sendo as mais famosas o Baile do Clube Rodoviário, também chamado de Baile do Rodó, (no bairro da Imbiribeira, Zona Sul da cidade) e o Baile do Téo (em Casa Amarela, Zona Norte). (ALBUQUERQUE, 2018<sup>19</sup>, n.p)

Essas festas, também conhecidas como bailes de corredor, ao longo do tempo, passaram a promover concursos de MCs locais que tinham como referência MCs e DJs<sup>20</sup> famosos no cenário do funk carioca, como MC Galo, DJ Marlboro, Cidinho e Doca, MC Frank, Tikão, dentre outros, cantando seus sucessos. O que passou a acontecer nesses bailes foi a presença de rivalidade entre alguns grupos representantes de bairros do Recife, e neles havia também a presença de tráfico de drogas.

Alguns dos participantes desses grupos de bairro (que eram conhecidos como “bondes”) levavam tão a sério a rivalidade entre os grupos que chegavam

---

<sup>18</sup> O programa ia ao ar de segunda à sábado e tinha uma hora de duração.

<sup>19</sup> Esta citação direta não possui numeração de página, pois foi retirada do site Vice Brasil; o mesmo acontecerá adiante com as referências obtidas do mesmo site.

<sup>20</sup> DJ significa disc jockey, ou disco-jóquei, ele é um artista que reproduz diferentes composições, que podem ser gravadas previamente ou feitas na hora para um determinado público.

a brigar antes, durante e depois dos bailes. Apesar da grande influência do funk carioca, as letras dos funks pernambucanos retratavam as brigas entre os bondes locais.

As letras, segundo MC Shevchenko, faziam apologia à violência:

“A gente incentivava morte, né, mano. Era muita desavença de nós mesmos. A gente não podia chegar em bairro nenhum porque a gente fazia apologia a um bairro brigar com outro, a um amigo brigar com outro, porque a gente dizia que um era melhor que o outro. A gente fazia tipo uma guerra, guerra de galera. O bagulho ficou tão doído que a gente ia pro shopping pra brigar. Vê que loucura!”. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Herschmann (2000, apud GOMES, 2013) explica que esses bailes de corredor tinham esse nome pois os bondes rivais formavam um corredor no centro do clube onde eles trocavam agressões morais e físicas, e que eram praticadas majoritariamente por homens, enquanto as mulheres dançavam em duplas ou em grupos; ela também explica que essa prática servia como um ritual, os grupos em lados opostos, separados pelo corredor, tentavam capturar o rival para o seu lado, se isso acontecesse, o rival seria fortemente agredido.

Mesmo com o sucesso das músicas que incitavam a violência entre os frequentadores dos bailes funk do Recife, os MCs perceberam que a violência nas letras comprometeria o futuro do funk, pois não poderiam cantar apenas para a vizinhança. MC Leozinho, aconselhado por MC Gera, optou por fazer letras que unissem os bairros para tentar acabar ou amenizar a rivalidade. Em 2003 ele lançou o “Rap do Cyclone”, que enaltecia todos os bairros. (ALBUQUERQUE, 2018)

Apesar da tentativa de Leozinho em unir os bairros, a violência não diminuiu, inclusive, aumentou a ponto de intervenções policiais serem necessárias durante os bailes funk.

Leozinho, por sua vez, recorda o dia em que o icônico Baile do Rodoviário foi fechado, por volta de 2004, e enfraqueceu toda a cena funk, colocando o último prego no caixão dos bailes da cidade. “O baile acabou numa operação com mais de 100 policiais. Chegou polícia de tudo: Civil, PM, Bpran (Batalhão de Polícia de Trânsito do

Recife), Bombeiros... Era a final do concurso de MCs, tava eu e MC Taz. Aí o baile acabou no meio, a polícia levou todo mundo. Os de menor foram pra GPCA (Gerência de Polícia da Criança e do Adolescente) e tal, só saiu no outro dia. Aí acabou o Baile do Rodoviário. Ainda ficou rolando o do Téo, mas o Rodoviário era o mais conceituado”. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Com a repressão policial e o fechamento das casas de show e dos bailes, os funkeiros não possuíam mais os cachês oferecidos por elas, e já estereotipados pela violência nas letras, não conseguiam espaço para cantar na cidade, com raras exceções.

Gomes (2013) reitera que devido à violência nesses bailes, a mídia local não poupou em condenar esses eventos, pois generalizavam e marginalizavam a produção juvenil, associando os jovens funkeiros a pichadores e criminosos que praticam assaltos e depredam o patrimônio público.

Mesmo com a interdição dos bailes funk, algumas casas de show driblavam a proibição tocando outros gêneros, o Kombeirão em Olinda era um deles, promovendo bailes funk (sem corredor) e tocando brega, e provavelmente foi nessa época que o contato entre o funk e o brega (tecnobrega, brega pop) tenha contribuído para a reconfiguração do funk pernambucano.

#### 2.1.6 O bregafunk

Assim como o funk pernambucano, o bregafunk, por ser um fenômeno relativamente novo, não possui muitos estudos acadêmicos sobre; por essa razão, trechos da primeira matéria do site Vice Brasil sobre o bregafunk: *O nascimento do bregafunk é a história de sobrevivência dos MCs do Recife*, também foram utilizados para complementar a pesquisa histórica do referido movimento.

Naquela primeira metade dos anos 2000, as casas noturnas populares e os programas de entretenimento locais na hora do almoço eram dominados pelas bandas do chamado “brega pop”, isto é, músicas lentas românticas que promoviam uma articulação de sonoridades da cena local (Reginaldo Rossi, Labaredas, Chama do Brega, Conde Só Brega e toda a estética “dos teclados”), com a do Ceará (o forró eletrônico de Aviões do Forró, Saia Rodada, Cavaleiros

do Forró) e a do Pará (com influências do tecnobrega e do calypso, notáveis em músicas de bandas como Vício Louco, Ritmo Quente, Pank Brega; e vale lembrar que nesta época a banda Calypso fixou residência na capital pernambucana devido à posição estratégica da cidade no centro do Nordeste). (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Por volta de 2008/2009, MC Leozinho foi considerado o primeiro funkeiro a sair do mercado do funk e ir para o brega:

[...] Eu tinha que gravar um brega pra poder fazer os shows. Aí gravei 'Dois Corações', com o DJ Serginho. Até então era o brega mesmo, lento e romântico. A música estourou porque era a novidade de ter um MC cantando brega". (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

A entrada de MC Leozinho no brega permitiu que outros MCs percebessem que havia uma saída para continuar cantando, e acabaram apostando em uma estética “maloqueiro apaixonado” ou “cafuçu-sentimental”<sup>21</sup>, o que possibilitaria a eles que, além de continuar cantando, seria possível atingir um público maior do que o que eles tinham durante os bailes funk.

[...] Leozinho e Serginho aproveitaram o embalo para propor uma nova levada. Em vez de tentar imitar a sonoridade das bandas românticas, os dois deram uma nova cara tanto ao funk quanto ao brega na música “DNA”. “Foi quando a gente começou a fazer o beat. Já tinha uma batida do bregafunk. Até então nós não tinha dado o nome, mas já tinha essa batida”, afirma Leozinho. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Ainda de acordo com a matéria, não se sabe ao certo se “DNA” foi a música que fundou o movimento bregafunk, mas ela, de certo, abriu caminho para que outros MCs pudessem entrar no mercado do brega. Outro fator que também contribuiu para o ingresso dos funkeiros recifenses no brega foi a iniciativa de MC Metal, que na época fazia dupla com MC Cego, de conseguir fazer participações nos shows da Banda Lapada e, mais tarde, fazer um *feat* com a vocalista Mary Campbell, conhecida como a Beyoncé de Recife; a música se chamava “Melô do amigo safado” e combinava o baixo, a guitarra e a bateria, instrumentos comuns no ritmo brega, com viradas de tamborzão e ritmo mais acelerado, característicos do funk.

---

<sup>21</sup> Segundo as definições do autor da matéria.

Um fato importante para a diferenciação do bregafunk para o brega é que, apesar de ter incorporado elementos do brega em seu estilo, o bregafunk foi lentamente mudando a temática das suas letras: enquanto o brega tratava de temas românticos nas suas canções, o bregafunk foi levando as suas letras para uma temática de “guerra dos sexos”, em que ao invés de o homem cantar sobre a mulher que ama, ou cantar para a mulher por quem ele sofre, agora ele cantaria sobre como é tê-la “superado” ou como mostrar que está melhor que ela.

[...] MC Elloco compara: “Reginaldo Rossi foi a sofrência de um cara que gostava de uma mulher e ficava só insistindo naquela mulher, ficava cantando aquela voz de ‘tô sofrendo’. O bregafunk é o contrário, é como fosse a revolta do homem. O cara vai pra putaria ou vai pra outra mulher, é o passinho, ele tá na doidera e não quer nem saber. É mais pra cima, dançante, passinho”. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

O bregafunk foi gradualmente crescendo na capital pernambucana, mas o que levou o estilo a ser conhecido nacionalmente foi a música “Posição da rã” em 2011, dos MCs Metal e Cego, que foi posteriormente regravada até por outras bandas como Aviões do Forró. O sucesso foi parar no programa Domingo Legal do apresentador Gugu no SBT, na voz de Reginho (cantor do também sucesso “Minha mulher não deixa não” – 2011). Depois do sucesso que a música causou e conseqüentemente a popularização da dupla Metal e Cego, a banda Medalhões do Forró acabou firmando parcerias com a dupla e com outros MCs recifenses. MC Cego conta que depois disso colocou músicas que ele compôs em várias outras bandas, como Cavaleiros do Forró, Forró do Muído, Forró Pegado, Pedrinho Pegação, etc.

Além do impacto comercial, “Posição da Rã” destacou-se por apresentar uma configuração sonora diferente das músicas até então gravadas pelos MCs. Era o bregafunk definindo sua cara, delineando seus contornos, preparando o terreno para então expandir com uma musicalidade mais característica. [...] As batidas foram consideravelmente aceleradas e incrementadas com doses generosas de peso, bem como um balanço mais “tropical”, rompendo de vez os simulacros tamborzão carioca de outrora. [...]. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

A matéria também explica que a música “Posição da rã” tinha um ritmo diferente das músicas bregafunk até então; Dany Bala, como ficou conhecido Daniel Silva (que concluiu a gravação da música “Posição da rã”), explica em um trecho da matéria:

“Não existia um ritmo como o de ‘Posição da Rã’. Tinha o bregafunk que a turma tava fazendo, só que era bem diferente. Eu entrei trocando o tipo de bumbo, o tipo de caixa, os chimbais dobrados. Fiz mais suingado. Mudei um pouco a levada, coloquei uns graves”[...] “Não foi nem por referência, costume dizer que foi acidental. Daí rolou e fui tentando reproduzir nas demais músicas. Hoje a gente até procura inspiração, mas na época foi uma coisa acidental mesmo”[...]. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Dany Bala explica à matéria que durante esse período (2011/2015) o bregafunk se distanciou do funk carioca, pois existia uma conexão sonora maior com ritmos caribenhos como o ragga<sup>22</sup> e o reggaeton. As BPM (batidas por minuto) também eram diferentes, enquanto o funk possuía 130 BPM, o bregafunk, a partir de “posição da Rã” mudou para 150 BPM; devido a essa mudança, o público começou a reconhecer o estilo como bregafunk. De 2012 em diante, os ritmos foram ficando sempre mais frenéticos; Duca do Baixo afirma que esse período de altos BPM foi a época de consolidação do bregafunk como gênero musical e que, então, o bregafunk já não tinha nada a ver com o funk misturado com música romântica, até porque as BPM foram aumentando gradualmente entre 170, 180 até chegar a 190/195.

Gomes resume o novo estilo da seguinte maneira: “[...] o que observamos é que, embora se sobressaia o rótulo brega, a hibridização do funk se deu com gêneros musicais diversos.” (GOMES, 2013, p. 98). A autora ainda ressalta que as músicas do estilo “tecnobrega” paraense (vertente do brega pop) reúnem aspectos tradicionais do brega com tendências internacionais, e que abordam narrativas como traição, triângulos amorosos e vida sexual entre homens e mulheres. Essas músicas são frequentemente regravadas por bandas de forró, pagode e brega. “A fusão desses gêneros promove uma

---

<sup>22</sup> Estilo que deriva do Reggae, surgido nos anos de 1980 na Jamaica.

hibridização tal que origina um ‘novo funk’ — o funk brega” (GOMES, 2013, p. 98). A autora enfatiza que o funk não apenas possui a habilidade de agregar, como também a capacidade de integrar o diferente.

O cenário atual do estilo, apesar de ser bastante consumido, ainda é motivo de preconceito e repressão policial; o site Marco Zero fez uma matéria intitulada: *Passinho: racismo policial reprime encontros e já fez a primeira vítima*; narrando casos de violência policial durante os encontros de passinho na Região Metropolitana de Recife; a matéria explica que os jovens que frequentam esses encontros têm idades entre 12 e 20 anos e alguns desses jovens fazem parte de algum grupo de passinho; “passinho” é um tipo de coreografia que é feita ao som do estilo bregafunk; alguns dos integrantes desses grupos em depoimento ao site Marco Zero, afirmaram que durante os encontros os policiais usam spray de pimenta e balas de borracha para dispersar os jovens e acabar com os encontros de passinho. O marco zero do Recife e o Parque da Jaqueira também são utilizado por grupos de passinho, principalmente para a gravação de vídeos, por causa da beleza do ambiente, porém, MC Shevchenko relatou que durante a gravação do seu videoclipe “pipoqueira”, foi impedido de filmar no Parque da Jaqueira pela equipe de segurança do parque, Shevchenko afirma, “Fomos tratados como bandidos. Passamos vergonha por puro preconceito” (CORREIA, 2019, n.p); o MC completou dizendo: “As pessoas de fora dão valor, porém o pessoal daqui não está tratando o passinho e o brega-funk como cultura, como um meio que está tirando muitas crianças e jovens da rua” (CORREIA, 2019, n.p).

A matéria do site Marco Zero segue explicando que os encontros de passinho geralmente são organizados pelas redes sociais pelos grupos que dançam o estilo, uma das integrantes de um desses grupos Thadysia dos Santos, do “Império do Svingue”, afirmou que foi impedida pela polícia de realizar um evento no Marco Zero de Recife, em relato ao site, ela disse: “Quando a gente chegou, o policial disse que só podia fazer com autorização

da prefeitura”; a matéria diz que a Assessoria de Imprensa da Secretaria de Controle Urbano do município de Recife afirmou que “qualquer impedimento na legislação recifense para a realização dos encontros de passinho – onde não há aparato de som profissional, nem estrutura de palco – nos espaços públicos da cidade” (CORREIA, 2019, n.p); mesmo com a afirmação da Secretaria de Controle Urbano, o preconceito ainda fala mais alto. Raquel Meneses, arquiteta e urbanista do INCITI-Pesquisa e Inovação para as cidades afirmou à matéria: “Há locais nas cidades que são dominados por ricos. Qualquer atividade que fuja ao perfil da classe média é reprimida” (CORREIA, 2019, n.p); Jéssica Vanessa dos Santos, coordenadora do Centro de Comunicação e Juventude (CCJ), em entrevista, contou à matéria:

“O brega é uma expressão cultural do jovem de periferia, onde ele se enxerga. A juventude é reprimida e estigmatizada porque essa cultura não é para a classe média. Mas, nas baladas, essa galera rica ouve o mesmo pancadão, descendo até o chão, sem que a polícia aborde ninguém”. (CORREIA, 2019, n.p)

A matéria afirma que esse tipo de repressão a essa manifestação artística configura racismo institucional, que é quando as instituições agem de maneira diferente em relação a algum grupo, por questões raciais. É possível perceber que o estilo ainda é bastante estigmatizado por pessoas de classes mais elevadas e pela polícia, reforçando a estigmatização do estilo.

## **2.2 Caracterização e difusão do gênero**

Nesta etapa, vamos entender as relações entre o estilo bregafunk e a cultura de massa, e o processo de homogeneização do estilo; mais adiante, apresentar um breve estudo sobre o conteúdo das letras das músicas ao longo da segunda década dos anos 2000 e tentar entender de que forma se dá a identificação do estilo por parte de seus consumidores.

### **2.2.1 O bregafunk e a cultura de massa**

Para chegarmos a uma conceituação do termo cultura de massa, a princípio, temos que entender o que é cultura; Ortiz (2016) apresenta uma definição bastante importante na sua obra *A escola de Frankfurt e a questão da cultura*:

Quando os frankfurtianos se referem a cultura, eles utilizam o termo com um significado distinto do que lhe é conferido pelos antropólogos.[...] Na verdade os autores seguem a tradição alemã que associa cultura à *Kultur*, e a identificam com a arte, filosofia, literatura e música. As artes expressariam valores que constituem o pano de fundo de uma sociedade. [...] No debate sobre cultura, os frankfurtianos retomam ainda a diferença entre cultura e civilização, estabelecida pelo pensamento alemão. Eles associam o primeiro termo à dimensão espiritual, enquanto circunscrevem o significado da civilização ao mundo material. (ORTIZ, 2016, p. 212)

A diferenciação entre cultura e civilização ajuda a compreender o que os autores frankfurtianos explicam pertencer à esfera material e espiritual, e como esses termos estão ligados à cultura; para que possamos entender melhor tal sentido, Gianelli (2012) explica, na sua obra *A lógica cultural urbana: Cultura de massa e indústria cultural*<sup>23</sup>, que o indivíduo projeta no imaginário o que ele vive no real, ou ainda, sacia uma vontade pendente da sua realidade, e o imaginário ou mítico acaba sendo projetado na esfera material através de valores inseridos na sociedade.

Para entendermos como o bregafunk se insere na esfera material e espiritual da cultura, podemos utilizar um argumento de Fontanella (2005), no qual ele afirma (referindo-se ao brega) que ele seria um movimento paralelo ao discurso hegemônico; ele diz que o brega não é uma “contra-cultura”, que seu papel não é contestar a sociedade de consumo e sim fazer parte desse universo (hegemônico) que é fechado para o movimento; podemos, assim, justificar que o bregafunk (como um movimento que também derivou do brega) funcione e tenha um objetivo semelhante ao argumento de Fontanella com relação ao brega.

---

<sup>23</sup> Publicada na Revista Outros tempos – Dossiê História e Cidade. , 2012.

Fontanella (2005) ainda afirma que, por serem negligenciadas econômica e culturalmente, as populações pobres urbanas tendem a suprir suas necessidades através de sistemas alternativos<sup>24</sup>; seguindo esse pensamento podemos então justificar as expressões artísticas dessas populações com a fala de Ortiz (2016), citando Benjamin (1975), na qual ele explica que “a arte, ao se libertar da sociedade tradicional, perde o seu valor de culto, e pode se constituir num espaço autônomo, regido por regras próprias, que não mais se encontra vinculado à função utilitária da estética.” (ORTIZ, 2016, p. 213), ou seja, devido à indiferença ou negligência das classes hegemônicas, as populações pobres tendem a ter uma liberdade e um individualismo que permitem que elas possam expressar-se de maneira paralela ou diferente à da cultura hegemônica, mesmo que de alguma forma seus consumidores tentem reproduzi-la. Fontanella (2005) segue explicando que nesses espaços alternativos os discursos hegemônicos perdem força, permitindo que as “formas culturais populares” consigam seu espaço, reforçando a identidade individual e coletiva dessas populações; “mas são justamente as formas simbólicas populares presentes no brega que lhe garantem a rejeição por parte dos grupos culturais hegemônicos” (FONTANELLA, 2005, p. 13). Com essa afirmação, podemos compreender que o bregafunk (da mesma forma que o brega) como estilo originalmente periférico, e por expressar o senso estético e social dessas classes pobres, não possui valor de culto por parte do discurso hegemônico. Fontanella ainda reforça que, por vezes, ataques de preconceito e raça, direcionados a essas populações pobres, visam naturalizar a desigualdade ao acesso a bens de consumo.

As “formas culturais populares” ou “formas simbólicas populares” citadas acima podem ser traduzidas da seguinte forma, segundo Santos (2000): “A cultura popular tem raízes na terra em que se vive, simboliza o homem e seu

---

<sup>24</sup> Fontanella exemplifica esses sistemas alternativos como sendo uma forma de substituição para suprir as necessidades dessas classes pobres, como os “camelódromos” e feiras de periferia para substituir os shoppings, onde eles podem encontrar roupas, brinquedos, CDs piratas, etc. (FONTANELLA, 2005, p. 13)

entorno, encarna a vontade de enfrentar o futuro sem romper com o lugar, e de ali obter a continuidade através da mudança.” (apud MARAGON; MACIEL; SANTOS, 2013, p. 37). A cultura popular ou cultura local remete às:

[...] regionalidades com suas respectivas diferenciações ambientais, culturais, econômicas e política, produzindo uma riqueza de conhecimentos e sabedorias imensuráveis à percepção do leigo e despercebido indivíduo alienado pela cultura de massa. (MARAGON; MACIEL; SANTOS, 2013, p. 37)

Portanto, podemos associar o bregafunk como uma manifestação da cultura popular, considerando que o que os MCs faziam e fazem é retratar nas suas letras a sua realidade ou o que almejam ser/possuir, adaptando-se aos novos tempos.

Seguindo o exemplo dado por Gianelli (2012), podemos entender o processo de homogeneização da cultura popular da seguinte forma: um produto, quando é isolado do seu contexto cultural popular e é eleito como representante daquela cultura local pelas elites cultas, passa por um processo de renovação ou modificação arbitrária, mantendo apenas elementos que despertam mais interesse no público, sendo disseminado por vários meios de comunicação. Nesse processo, ele se distancia do seu significado original, pois ele deixa de ser associado ao conjunto de outros elementos culturais do qual ele faz parte, por fim, o produto é devolvido ao público e se torna um símbolo representante daquela cultura local à qual ele pertence. De acordo com o autor, “Acaba-se consumindo elementos culturais que vieram da sua rotina, do seu cotidiano, no entanto, tornam-se muito mais atraentes para o consumo após serem modificadas pelas elites” (GIANELLI, 2012, p. 117). Se trocarmos a palavra “produto” por “bregafunk”, podemos ter uma noção de como esse processo se deu com o estilo musical; a significância do bregafunk como representação de uma classe perde boa parte do seu significado.

Para que fique mais claro, vamos agora retomar o exemplo usando o termo “bregafunk”: quando o bregafunk ultrapassa as barreiras da capital recifense e é transmitido por mídias de massa a nível nacional, passa a ser o

estilo representante daquela região, os elementos que despertam a atenção do público permanecem, os que não, são reformulados para que a aceitação e o consumo sejam maiores. Nessa etapa, as letras das músicas com conteúdo de representação do seu lugar de origem já não têm tanta importância, pois outros elementos da cultura de massa são agregados a ele, como exemplo, a ostentação de produtos de marca nas letras das músicas; o bregafunk é devolvido ao seu lugar de origem como um dos representantes da cultura recifense, porém, outros elementos do conjunto cultural do qual o bregafunk faz parte são ignorados por não despertar o interesse da cultura de massa.

Caldas (1987) classifica a cultura de massa da seguinte forma:

[...] a Cultura de Massa consiste na produção industrial de um universo muito grande de produtos que abrange setores como a moda, o lazer no sentido mais amplo incluindo os esportes, o cinema, a imprensa escrita, falada e televisionada, os espetáculos públicos, a literatura, a música, enfim, um número muito grande de eventos e produtos que influenciam e caracterizam o atual estilo de vida do homem contemporâneo no meio urbano-industrial. (apud GIANELLI, 2012, p. 117)

Para Maragon, Maciel e Santos (2013, p. 36), na sua obra *Mídia, cultura de massa e cultura local: Conflitos culturais*, a cultura de massa possui uma “alta capacidade de abranger, transformar, e redefinir outras culturas”; Santos (2000), defende que “a cultura de massa é indiferente à ecologia social. Ela responde afirmativamente à vontade de uniformização e indiferenciação” (apud MARAGON; MACIEL; SANTOS, 2013, p. 37).

Para que possamos entender a trajetória do bregafunk até se tornar um produto da cultura de massa, devemos nos voltar ao processo de propagação do estilo ao longo dos anos.

Na segunda matéria feita por GG Albuquerque, sobre o bregafunk para a Vice Brasil, com o título: *Como o bregafunk deixou de ser um ritmo pra virar um movimento cultural*, é explicado que os primeiros artistas do bregafunk foram

ganhando popularidade pela divulgação das suas músicas através de meios alternativos, pois era a maneira encontrada para a difusão de seus trabalhos.

Outros meios importantes na propagação do bregafunk foram as hospedagens de músicas no 4Shared e o Blog dos Bregueiros, que está no ar desde 2012 e disponibiliza download de CDs, últimos lançamentos e calendário de shows. Mas a internet não foi a única ferramenta de propagação. Um elemento fundamental dessa história são os carrinhos de CD pirata, que atravessavam a cidade tocando as músicas dos MCs quase que ininterruptamente, fosse na periferia ou em bairros nobres, na orla da praia, em mercados populares ou em restaurantes. Ocupando o espaço público e a paisagem sonora, os carrinhos de CD constituíram um veículo central para a permeabilidade do bregafunk entre as classes média e alta. Era praticamente impossível viver no Recife e não conhecer pelo menos um ou dois hits do brega — e os MCs sabiam bem disso. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

A segunda parte da matéria da Vice Brasil explica que o bregafunk foi gradualmente conseguindo popularidade, dadas as parcerias com cantores e bandas de sucesso no cenário pernambucano da época, o que, de certa forma, contribuiu para que o estilo rompesse barreias relacionadas ao seu lugar de origem, levando-o a um reconhecimento para além do estado pernambucano; como citado no capítulo anterior, o que fez o estilo estourar de vez foi o lançamento da música “Posição da rã”, da dupla de MCs Metal e Cego em 2011, que, através do Cantor Reginho, fez sucesso no programa Domingo Legal no SBT, e mais tarde, em dezembro de 2013, Regina Casé, apresentadora do programa Esquentá<sup>25</sup> na Rede Globo, recebeu os MCs Shevchenko e Elloco como uma aposta de sucesso para o ano de 2014.

Gianelli (2012) explica que a utilização da “cultura local” como “matéria prima cultural” descaracteriza a hierarquia estética da cultura cultivada/cultura local, pois não há uma separação entre o que é arte e o que é vida; essa produção cultural voltada ao lucro acaba gerando o sincretismo, misturando elementos culturais distintos, sintetizando-os.

Essa diversidade homogeneizante a serviço da diversidade é vista, por exemplo, a partir do momento em que o *western* estadunidense é

---

<sup>25</sup> O programa tinha atrações voltadas para o público das periferias do Rio de Janeiro; era transmitido nas tardes de domingo; teve cinco temporadas entre os anos de 2011 e 2017.

mesclado à música caipira paulista em todos os campos estéticos cabíveis: nas letras da música, com temas envolvendo o maniqueísmo do bandido e ladrão; na estética indumentária das duplas, que passam a se vestir como caubóis; e, talvez, a mais sentida, que diz respeito ao arranjo das músicas, agora com trompetes e ponteios *mariachis* os quais marcam as questões locais de fronteira entre o México e o sul dos Estados Unidos, não havendo relação nenhuma com a cultura brasileira, paulista ou caipira. (GIANELLI, 2012, p. 117-118)

O autor explica ainda que essa síntese de elementos visa ao lucro, pois a partir do momento em que o artista se insere na lógica do mercado capitalista da sociedade urbano-industrial, é praticamente obrigatório vender o produto que exige demanda para obter o maior lucro possível; esse é um dos aspectos do sincretismo na cultura de massa (GIANELLI, 2012).

Esse sincretismo está presente no estilo bregafunk quando, por exemplo, o site Vice Brasil afirma que entre 2011 e 2015 o bregafunk passou por transformações no seu universo imagético, e aponta como responsáveis por essas transformações as produtoras locais Jozart Produções e a Pro Rec<sup>26</sup>.

Os vídeos eram pautados pela estética da ostentação: carrões, celulares da moda, bebidas importadas, suítes de luxo em motéis, relógios chamativos, roupas extravagantes... tudo construído no perfil de uma gramática visual pop, acionando tanto uma dimensão regional como uma perspectiva global. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Na matéria é explicado que esse investimento na imagem contribuiu para a popularização do estilo. O trecho acima reforça as ideias apresentadas anteriormente, qual seja, a de que para o bregafunk se tornar um produto da cultura de massa, ele passou por transformações visuais e de estratégias de divulgação. Com o aumento da concorrência entre os MCs, a nova estratégia era mudar as letras, dando a elas aspectos que chamassem a atenção do público, evidenciando ainda mais a temática sexual, conforme será abordado no próximo subitem.

---

<sup>26</sup> A matéria do site Vice Brasil afirma que a Jozart Produções foi desativada e não está mais em funcionamento, e a Pro Rec vem crescendo e produzindo artistas de outros estados nordestinos.

### 2.2.2 Estudo das letras das músicas

Como citado anteriormente, a concorrência entre os MCs acabou gerando novas estratégias para cativar a atenção do público, evidenciando ainda mais a temática sexual nas letras do bregafunk, transformando os papéis do masculino e feminino no contexto do estilo. Sobre os papéis do homem e mulher, GG Albuquerque (2018) afirma na matéria da Vice Brasil: “os MCs ancoram suas performances num ideal de um homem másculo, racializado e sedutor. Um bad boy periférico, escamoso, que ‘vai pegar geral’ e vive entre ‘mulheres nacionais e bebida importada’” (ALBUQUERQUE, 2018); podemos perceber na citação, que o papel masculino se sobressai sobre o feminino, afirmando a objetificação da mulher.

Como apontado pela Vice Brasil na segunda matéria sobre o bregafunk, essa rivalidade começou a partir de 2011, justamente quando o estilo estava se popularizando. Foi nesse período que o termo “novinha” ficou popular, tornando-se frequente nas músicas do estilo; na época, ele fazia referência direta a mulheres menores de idade; segundo GG Albuquerque (2018), autor da matéria, o termo hoje em dia está ligado a mulheres jovens que se relacionam com homens mais velhos.

A música “Novinha, tá querendo o que?” de Metal e Cego (2011), além de popularizar o termo “novinha” nas músicas do bregafunk, foi considerada pelo MC Elloco “como o primeiro clipe de destaque da cena dos MCs pernambucanos” (ALBUQUERQUE, 2018, n.p), segundo um trecho de um depoimento dado à Vice Brasil.

Em 2012 os MCs Shevchenko e Elloco lançaram uma música chamada “Big Brother”, que fazia referência ao caso de estupro no Big Brother Brasil 12<sup>27</sup> (2012). De acordo com a segunda matéria da Vice Brasil sobre o bregafunk, a música trazia trechos como “Se dormir vai tomar dormindo, em menos de 10

---

<sup>27</sup> *Realty Show* da Rede Globo; na época, o participante Daniel, modelo, de 31 anos, era suspeito de ter estuprado a participante Monique dentro do *reality*, posteriormente Daniel foi inocentado da acusação e o caso foi arquivado.

segundos tu acorda sorrindo” fazendo apologia ao estupro. No mesmo ano, MC Vertinho teve um vídeo divulgado em que durante um de seus shows “o MC chamava uma fã para subir ao palco, oferecia uísque a ela, lambia seu corpo e simulava sexo oral com a garrafa da bebida. Vertinho diz que não sabia, mas o fato é que a menina era menor de idade — 12 anos.” (ALBUQUERQUE, 2018, n.p). Na matéria, alega-se que, após as polêmicas, o MC foi preso por estupro de vulnerável em 2015, e foi solto três dias depois; por fim, a matéria relata que o caso teve pouco impacto em sua carreira e, segundo o seu empresário, o caso fez com que a sua agenda de shows aumentasse.

Esses eventos acabaram afetando o movimento, conforme o autor, que esclarece isso quando se refere ao pouco impacto das ações de MC Vertinho:

Mas foi um alarme para cena. Ficou claro que era o momento de buscar outros temas, pois estava nascendo um estigma análogo àquele que anos antes definiu a imagem do funk como uma cultura violenta — e, portanto, financeiramente inviável. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Devido a esses acontecimentos, alguns artistas do movimento resolveram mudar mais uma vez de estratégia, para que o seu estilo não ficasse conhecido somente pelas letras extremamente sexualizadas.

“O brega tava só putaria, putaria e putaria. Até que chegou um tempo que a polícia bateu em cima do movimento da gente”, pontua Shevchenko, da dupla com Elloco. “Foi quando nós entrou com a ostentação e graças a Deus foi onde mudou o nosso movimento. Mudou pra melhor. Virou sucesso justamente porque falava do que a gente tinha e do que queria ter um dia. Era a música dos sonhos”, define. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

Mesmo com a nova estratégia, vale ressaltar que apesar da ostentação ainda ser explorada no bregafunk atualmente, as letras de conteúdo sexualizado continuaram fazendo parte do repertório dos cantores, como é explicado pelo autor:

Mas a ostentação não foi a única vertente explorada pelos MCs. Se a putaria estava em crise, deram uma suavizada aqui e ali e passaram a cantar uma temática denominada por eles como “sensualidade”, bem como letras destinadas a passinhos e coreografias. Um bom exemplo é o MC Sheldon com “Fio Dental” e “Estilo Panicat”. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

As letras com conteúdo sexualizado explícito são transmitidas com mais liberdade na internet, pois o acesso e as escolhas do que consumir por parte do usuário é mais livre do que pelo rádio e televisão, pois esses meios dispõem de uma grade pré definida de conteúdos. Gomes (2013) reforça a ideia de que as letras mais pesadas do funk recifense eram condenadas pela mídia: “Para tanto, é preciso ter um maior espaço na mídia, o que não se conquista com os proibições, já que estes sucessos são condenados pela imprensa [...]” (2013, p. 91).

Em estilos musicais como o funk, por exemplo, que possuem músicas de conteúdo explícito, alguns artistas criam uma segunda versão das suas músicas, substituindo os trechos explícitos por trechos com letras que deem o mesmo sentido, mas de uma forma mais leve. Podemos encontrar essas substituições na música “Cai de boca” de MC Rebecca: na versão do clipe, um trecho do refrão é “cai de boca que tá muito bom”, mas existe uma outra versão da música em que esse trecho é cantado da seguinte forma: “cai de boca no meu bucetão”; Ludimilla também usa esse artifício, na música “Cheguei”, um trecho da letra explícita é: “cheguei, cheguei chegando bagunçando a porra toda, e que se dane, eu quero mais é que se foda”, já na outra versão, a letra é a seguinte: “cheguei, cheguei chegando bagunçando a zorra toda, e que se dane, eu quero mais é que se exploda”, (ambas as versões de “cheguei” estão disponíveis no canal oficial de Ludmilla no YouTube). Essas músicas utilizam esses artifícios para atingir um público maior, e também para a transmissão em meios de mídias de massa, tendo as letras explícitas um maior espaço na internet e nos shows feitos por esses artistas.

É perceptível a mudança dos temas contidos nas músicas ao longo da segunda década dos anos 2000, apesar de ainda estarmos vivenciando-a. Para um entendimento melhor sobre como o bregafunk funcionou (e funciona) ao longo dessa década, escolhemos uma música de cada ano (de 2011 a 2018), utilizando apenas a sequência de anos como critério de escolha.

Os trechos das letras de músicas a seguir nos ajudarão a permear os temas abordados nas músicas ao longo dos anos, transcritas aqui da mesma maneira que foram encontradas em sites na internet<sup>28</sup>, incluindo o tipo específico de uso de português.

### Quadro 1

#### Posição da Rã – MC Cego e Metal (2011)

Tamos de volta na pegada esse muleque é bam bam bam,  
Quero ver as novinhas na posição da rã...

E toda hora, todo estande vive ligando pra mim  
Amor eu quero, hoje eu to afim!  
E vai fazer a posição depois não diga que sou ruim  
Fazer a noite toda se depender de mim...

E de tanto sair comigo ela sentiu que é pressão  
Espalhou pras amigas a nova posição  
E o comentário das novinhas espalhou para geral  
Quem faz amor gostoso é cego e metal  
Mais ela ficou curiosa à culpa não é minha não  
Deixou o seu marido pra provar da posição

E quando ta no espelhado só quer posição da rã  
Hanram,hanram,hanram....  
E quando vai pra hidromassagem só quer posição da rã  
Hanram,hanram,hanram.....

A narrativa começa com os rapazes se apresentando como “bam bam bam” se auto-afirmando como “o tal”, como uma pessoa que se acha “o máximo”; em seguida usam o termo “novinha” (frequente na época em que a música foi escrita, para referir-se a mulheres jovens e/ou menores de idade). Os MCs, então, falam da procura por eles por parte das mulheres, dizendo que

<sup>28</sup> A escolha por deixar que as letras permanecessem da mesma maneira que foram encontradas foi baseada no contexto cultural do bregafuk, no qual os intérpretes utilizam-se dessa linguagem informal como característica própria do estilo.

elas ligam “toda hora, todo instante”, logo eles sugerem a “nova posição” (da rã), e que essa seria o motivo do seu sucesso com as “novinhas”, fazendo até com que mulheres deixassem seus maridos para “provar da posição”.

### Quadro 2 (fragmento)

#### **Tô Topando Tudo – Mc Metal E Cego (2012)**

Olha mim diz ai novinha o que você vai querer  
que hoje eu tô topando tudo e pronto pra se livre ver

Ta querendo o que novinha ?

Ta querendo o que ?

“Quero fazer amor até o dia amanhecer” ( 2 vezes ) **(Ela)**<sup>29</sup>

Mais hoje eu tô topando tudo to solteiro tô doideira  
avisa pra novinha que hoje tem bagaçeira

O quarto espelhado do jeito que agente quer  
ta todo mundo bebo  
e tem rodizio de mulher

Olha não pode ter ciume que aqui é tudo amiga o lance é o lance  
não confunda que da briga,  
vei ter pra todo mundo ninguem se desespera  
se não de o que eu quero eu vou passa na cara dela

No segundo exemplo, a dupla faz uma proposta à “novinha”, dizendo que “tá topando tudo”; a “novinha”, por sua vez, diz que quer fazer amor. Apesar de os artistas usarem o termo “novinha” no singular, nas próximas estrofes eles dão a ideia de um tipo de orgia (no trecho “rodízio de mulher”), em que eles pedem para que elas não tenham ciúmes pois “vai ter pra todo mundo”.

### Quadro 3 (fragmento)

<sup>29</sup> O “ela” entre parênteses foi adicionado para sinalizar a parte da música que é cantada por uma mulher (cujo nome não consta como participação junto com a dupla de cantores).

**Ta Pegando Fogo – MC Troia (2013)<sup>30</sup>**

Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
 Pega cerveja que hoje eu quero ficar doido  
 Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
 É nesse brega que eu vou desandar de novo

Oh já deu meia noite e meia hora do bonde descer  
 Tô arrumado já tô pronto pra beber, pega cerveja  
 Pega whisk que hoje eu quero ficar doido  
 Pode dá derrame que o malote tá no bolso

Ostentação é nosso bonde e onde chega é só riqueza  
 Olha as mulheres viajando na minha mesa!  
 Hoje eu tô pagando tudo e eu não quero nem saber  
 Pode se chegar na mesa e começar a beber  
 Que eu já tô louco!

Elas tão doidinha tão perdendo a linha já tá tudo  
 Bebinha a mesa cheia de novinha  
 Elas tão doidinha tão perdendo a linha já tá tudo  
 Bebinha a mesa cheia de novinha

No terceiro exemplo, o cantor usa o termo “brega” para referir-se ao baile que ele frequenta, pois foi nos bailes de brega que os Mcs começaram a tocar após a proibição dos bailes funk no Recife, e como já explicado anteriormente, esses estilos se mesclaram. O cantor cita o exagero no consumo de bebidas alcoólicas e usa o termo “malote” para se referir ao dinheiro, em seguida fala da ostentação, das mulheres rodeando sua mesa, dando a entender que a ostentação de bebida e dinheiro atrai mulheres, que ao consumirem bebidas alcoólicas sem moderação “perdem a linha”.

**Quadro 4 (fragmento)**

---

<sup>30</sup> A música “Ta Pegando Fogo” do MC Troia, foi lançada no canal do Thiago gravações no You Tube em 11 de setembro de 2013, apesar de aparecer em um álbum do MC Troia de 2015. Alguns sites alegam que a música foi lançada no ano de 2015.

**Poderosa – MC Sheldon e Boco (2014)**

Quando ela chega, para o baile  
 De vestidinho da Ed Hardy  
 Ela é tipo panicat, destaque na capa da Sexy  
 Poderosa, maravilhosa  
 Onde passa incomoda  
 Onde passa incomoda

Enjoada, da mente blindada  
 Só bebe tequila e Chandon na taça  
 Essa mina é chapa quente, é bandida experiente  
 Entra em cena, rouba a cena  
 No Camaro ela acena, no Camaro ela acena

[...]

No pulso Alt Blade  
 Ouro 18 quilates  
 Tem Armani, Black Bulgo  
 O perfume é o 212  
 Tem batom, tem maquiagem  
 Só pra retocar no baile, só pra retocar a imagem

Mais uma vez vemos a ostentação como tema da música; dessa vez o cantor descreve uma mulher como sendo a personagem que ostenta, e ao longo da música, ele cita várias marcas importadas, pois é um sinal de poder aquisitivo, que é valorizado e almejado por aquelas pessoas que querem fazer parte da parcela da população que usufruem desses bens de consumo.

**Quadro 5****Que Brabinha Boy – Mc Matheus part. Danilo & Leo (2015)**

Aqui não rola covardia nos considera os irmão  
 Mas ta tomando de assalto as novinha dos alemão  
 E o comedia é daquele tipo que gruda na mulher

Em todo canto que ela vai, ele nunca sai do pé

E o bebezinho fica nervoso, quando nos ver passar  
 Fica embaçando na bichinha, dizendo que quer lavar  
 Mas o meu bonde não perdoa e olha o que que aconteceu  
 Foi no banheiro se endrenar, e a mulher pra nos perdeu

Ele mandou um zap pra ela, e eu mandei a minha voz  
 Que brabinha boy, que brabinha boy  
 E quando ele ligou pra ela tava no motel com nos  
 Que brabinha boy, que brabinha boy

Nesse exemplo o tema muda, pois aborda a relação de um casal, no qual o homem é pegajoso e ciumento; a música toma um ar humorístico quando descreve que através do celular da mulher, os rapazes que a levaram para o motel, respondem ironicamente ao namorado ciumento: “- que brabinha boy”, expressão que ficou bastante conhecida na época, “Trotta (2011), investigando a sexualidade, a moral e o humor na telenovela brasileira, argumenta que o humor favorece uma articulação menos tensa no processamento de comportamentos sexuais, éticos e morais” (apud GOMES, 2013, p. 102).

#### **Quadro 6 (fragmento)**

##### **Revoltada – Mc Dada Boladão (2016)**

Hoje ela tá virada pela madrugada  
 Com jeito de santa e de santa não tem nada  
 Sempre preparada pra qualquer parada  
 A traição do ex deixou ela revoltada

E bateu na minha casa, toda perfumada  
 Falando que minha voz deixou ela excitada  
 E então entra danada afoga essa mágoa  
 Relaxa que essa noite é sequencia de pentada

Então senta, senta e concentra, experimenta  
 Remexe gostoso que o pai te arreventa  
 Vem cá fogueira, empina e senta  
 Bem devagarinho mostra que tu representa

Nesse exemplo, podemos perceber que o tema central da música é a relação sexual, o que atualmente nos termos dos cantores de bregafunk seria a “sensualidade” (ALBUQUERQUE, 2018, n.p), a forma mais suave de retratar os temas sexuais no bregafunk. Em resumo, a música refere-se a uma mulher traída que está “preparada pra qualquer parada”, em seguida o refrão trata da relação sexual praticada entre o casal.

#### **Quadro 7 (fragmento)**

##### **Machucando o Coleguinha – MC Cego Abusado (2017)**

Uma Vez na cama eu disse tudo que eu sentia  
Depois de alguns minutos foi tudo na camisinha  
Aí tu botou fé né?  
Que eu representei, eu pedindo pra parar  
Você sentando de uma vez

Sentando com carinho  
Só na malicinha, calma, moção  
Tá machucando o coleguinha

Mais uma vez, vemos a “sensualidade” na música, mas desta vez de uma maneira mais direta que a anterior, citando a camisinha como forma de proteção na hora do ato sexual; o cantor usa a frase “Aí tu botou fé né? Que eu representei” para fazer alusão ao sexo seguro e, em seguida, descreve o ato sexual como no exemplo anterior.

#### **Quadro 8**

##### **Preta (Preta do cabelo cacheado) – MC Roginho part. TH CDM**

Preta do cabelo cacheado da cor do pecado  
Hoje eu acordei meio bolado  
E ainda estou no quarto olhando o seu retrato  
Lembrando do nosso amor do passado

Beijos e abraços, carícias e amassos

Foi muito lindo tenho que contar um relato  
Nós dois pelados dentro do carro  
Com o vidro fechado e o som tocando baixo  
  
De lado, de quatro  
Vai amorzinho sente a fúria do meu amasso  
De lado, de quatro  
É tu deixando e o pai te dando aquele trato

O último exemplo trata do homem, que aparentemente sente saudades das carícias e do sexo com a mulher, que é identificada na música como “Preta do cabelo cacheado da cor do pecado”. Mais uma vez, o sexo permeia o tema da música.

\*\*\*

O que podemos notar, de maneira geral, nos trechos das músicas acima, é que, apesar de os MCs temerem que a “putaria” levasse o estilo a ter o mesmo fim que o funk (ALBUQUERQUE, 2018, n.p), gradualmente a vemos ressurgir como temática ao longo dos anos, o que se vê hoje em dia nas letras é uma mistura dos dois temas, o estilo não deixou a ostentação totalmente de lado, porém muitas das músicas do bregafunk focam na “sensualidade” de maneira mais leve ou explícita, como podemos perceber em estilos como o funk, em que palavrões são usados deliberadamente.

Na sua obra sobre *Música popular, moral e sexualidade: Reflexões sobre o forró contemporâneo*, Trotta (2009) afirma que desde o século XIX, já havia uma “vertente maliciosa” na música urbana brasileira (LEME, 2002 apud TROTTA, 2009, p.133), e que teve como característica narrar a sexualidade e a moral de cada época. O autor ainda explica que o que está sempre em jogo é a “linha de fronteira” entre o permitido e o ousado; dessa forma, entende-se que os temas sexuais ou sensuais nas músicas não são um problema, mas em que ponto uma música pode ser sensual, sem ser estigmatizada?

Casos como o da estigmatização midiática do funk carioca, que paradoxalmente colaborou para difusão do estilo de vida e da produção cultural dos funkeiros (FREIRE FILHO e HERSCHMANN, 2006, p. 147), são exemplos da carga acusatória dirigida a práticas musicais que supostamente ultrapassam as fronteiras esperadas, sobretudo se protagonizadas por grupos de menor poder aquisitivo na hierarquia social. (TROTТА, 2009, p.134-135)

Na citação acima, Trotta resume o peso do julgamento das letras de conteúdo sexual (do funk), por parte da cultura hegemônica, que, de certa maneira, vai de encontro com o “código moral”; ele explica que esse código não se resume a um “conjunto prescritivo” de ações, determinadas como certas ou erradas (2009, p. 135); esse aspecto da “moral” abrange:

o comportamento real dos indivíduos em relação às regras e valores que lhe são propostos: designa-se, assim, a maneira pela qual eles se submetem [...] a um princípio de conduta; pela qual eles obedecem ou resistem a uma interdição ou a uma prescrição; pela qual eles respeitam ou negligenciam um conjunto de valores; o estudo desse aspecto da moral deve determinar de que maneira [...], os indivíduos ou os grupos se conduzem em referência a um sistema prescritivo que é explícita ou implicitamente dado em sua cultura e do qual eles têm consciência mais ou menos clara. (FOUCAULT, 2001, p. 26, apud TROTТА, 2009, p.135)

O que se entende, então, sobre a moral descrita acima, é que ela varia de cultura para cultura, e que os indivíduos ou grupos sociais podem compreendê-la (ou não), ou ainda decidirem até que ponto pretendem obedecê-la. É interessante percebermos essa resistência das populações periféricas em quebrar esse “padrão moral” imposto (implícita ou explicitamente) pela cultura hegemônica, demonstrando que apesar de querer fazer parte dela, essas populações afirmam sua identidade e seu estilo de vida através das suas músicas, sem se importar muito com os julgamentos feitos pelas classes de maior poder aquisitivo.

### 2.2.3 Processo de identificação

Nesta etapa, vamos tentar compreender de que maneira ou quais aspectos do estilo bregafunk fazem com que as pessoas sintam-se atraídas por

ele, pela identificação com as letras, pela batida, pela inspiração na indumentária dos artistas, etc.

Como vimos anteriormente, as letras das músicas permeiam temas como sexualidade, sensualidade e ostentação, explorando as relações entre o homem e a mulher, e reforçam o estudo de Fontanella (2005) sobre a relação entre esses indivíduos e grupos menos privilegiados e os bens materiais, e a importância desses bens para que eles se sintam como parte da cultura de consumo.

Na sua obra, Trotta (2009) aponta três elementos da “estruturação mercantil da música” que marcam a associação entre música e sexo: a) o *som* da música, referindo-se à dança ou outra forma de corporificação, que, por vezes, sugere de maneira branda ou explícita o erotismo e o sexo; b) o conteúdo da *letra* das músicas, que pode afastar ou aproximar a sexualidade nas canções; e, c) o caráter *visual* que se apresenta através da visualidade dos artistas e dos instrumentos musicais, que compõem o “ambiente comunicacional da música” –dessa forma, os artistas e principalmente as artistas são quase sempre erotizados por meio do seu aspecto visual, reforçando a conexão entre música, corpo e sexo (2009, p. 134).

Usando-se desses elementos (som, letra e visual), podemos perceber como eles atuam no bregafunk: o som e as coreografias quase sempre sugerem movimentos sensuais, os discursos nas letras exploram as relações entre casais, ou entre os indivíduos e os bens de consumo, e os aspectos visuais permitem que os artistas deem uma “cara”<sup>31</sup> ao movimento, ou utilizem-se de artifícios que permitam criar uma identidade, podendo ser através da indumentária e/ou dos produtos.

---

<sup>31</sup> O termo “cara” foi empregado para conotar o sentido de estilo no movimento, que pode ser representado através da indumentária ou de produtos recorrentes entre os artistas do bregafunk.

Gomes (2013) apresenta uma ideia de como funcionam os bailes de bregafunk (no Recife):

A dança é extremamente sensual. As coreografias podem ser executadas individualmente ou em duplas, geralmente casais. O corpo todo se movimenta com um requebrado em perfeita sintonia. Os quadris principalmente executam movimentos circulares suaves e, ao mesmo tempo, firmes. A sessão “rala-rala” parece ter ganhado toda a festa porque os casais realizam a dança com o pleno contato corporal e um “esfrega-esfrega” que, algumas vezes, também simula atos sexuais. As roupas justas das mulheres contribuem para a melhor visualização dos movimentos e para “enlouquecer” os rapazes. Estes, “desprovidos de preconceitos”, rebolam e exibem os corpos malhados levantando levemente as camisas. As mulheres também vão à loucura (gritam histericamente pelos artistas!). É a festa da conquista. O baile brega (funk) se apresenta como o lugar para se mostrar ao outro e para vê-lo, admirá-lo também. [...]. (GOMES, 2013, p. 98)

É importante ressaltar que a dança é um dos elementos mais importantes do estilo, desde a época dos bailes do Canecão no Rio de Janeiro, e nos bailes de corredor do funk Recifense, mesmo porque os DJs e MCs sempre buscavam músicas com ritmos “marcados” (alternando com músicas lentas – no RJ) que facilitassem a dança. No bregafunk não é diferente, as músicas buscam um ritmo que permita que as pessoas dançam. Na segunda matéria da Vice Brasil, Dany Bala enfatiza a importância da dança dentro do estilo:

“Eu trabalho como se tivesse vendo as meninas dançando. Não faço mais música pensando em beat ou em letra. O cara colocou a voz guia e eu já tô pensando nelas dançando, fazendo o passinho”, afirma Dany Bala. “Se você for parar pra escutar a música, muitas vezes não a letra não tem nem nexó. O que fala mais alto é o ritmo e o que tá valendo é a coisa ficar dançante. Tanto é que a gente vê o sucesso desses canais de YouTube de dança, que ensinam passinhos de música”, completa o produtor. (ALBUQUERQUE, 2018, n.p)

O cenário dos artistas que compõem o estilo é bastante explorado no modo de vestir, “[...] a indumentária dos rapazes passou a ser composta também por bermudões em jeans. Já o cabelo segue o modelo dos jogadores de futebol que estiverem em evidência.” (GOMES, 2013, p. 97). Fontanella (2005) também aborda a indumentária na sua pesquisa (sobre o brega), evidenciando que o vestuário funciona como uma forma de libertação do corpo,

de modo que durante os shows, os casais de dançarinos que acompanhavam as bandas utilizavam figurinos que evidenciassem (propositalmente) partes significativas do corpo (2005, p. 24).

Os bens de consumo fazem parte da composição desse vestuário, “Como adereços, além do tradicional cordão em ouro e/ou prata, os jovens passaram a utilizar também brincos, normalmente, em brilhante ou strass, bem ao estilo dos cantores de pagode [...]” (GOMES, 2013, p. 97). Esses bens também são representados nas letras através de outros produtos como relógios caros, carros e até bebidas importadas, além de citarem a grande quantidade de dinheiro que possuem e de sempre parecerem estar em festas e camarotes.

Trotta (2009) faz uma observação bem importante com relação ao aspecto coreográfico das músicas (referindo-se ao forró); em ambos os estilos temos representantes de ambos os sexos; no entanto, no forró os “códigos morais” partem de um ponto de vista exclusivamente masculino, e essa “moral” é endereçada para homens e mulheres, na qual as expectativas e julgamentos estão prescritos e evidenciados nas letras de forró tradicional, que abordam um tipo de conservadorismo nordestino, enquanto no forró eletrônico (assim como o begafunk) são abordados temas de amor e sexo nas suas letras, principalmente a partir dos anos de 1990, e usam-se de dançarinas com pouca roupa e coreografias sensuais; dessa maneira, percebemos que a sexualidade não é um tema exclusivo do funk (em geral) ou bregafunk (recifense), mas abrange outros estilos nordestinos, em que um se empresta de características do outro e vice-versa.

Trotta (2009) apresenta uma segunda observação importante, está, relacionada às músicas que são cantadas por mulheres; nelas existe um discurso de empoderamento no qual as mulheres controlam a sua sexualidade e seu prazer, apesar dos “aspectos morais” impostos pelos homens nas letras de forró; o autor ainda faz uma associação interessante entre o forró eletrônico

e o funk carioca, que também se utiliza de temas sexuais: ele afirma que as letras sensuais cantadas por mulheres ganham um tom mais provocativo e chega a “inverter o discurso machista” em músicas em que o público feminino toma uma posição de poder em relação ao homem (SÁ, 2008, p. 243, apud TROTTA, 2009, p. 142). O autor cita outro ponto de vista segundo o pensamento da musicóloga Nicola Dibben<sup>32</sup>, ele diz que essa construção da feminilidade, ao se apropriar dos mesmos termos do discurso masculino, acaba criando uma imagem da mulher “convencionalmente patriarcal”, ou seja, apesar de a mulher afirmar sua posição de poder, ela o faz de uma maneira tradicionalmente masculina. (TROTTA, 2009)

Gomes (2013), ao fazer um estudo sobre as letras do funk recifense através da Ciência Social Crítica<sup>33</sup> (CSC) e da Análise Crítica do Discurso<sup>34</sup> (ACD), a fim de compreender não somente as estruturas linguísticas dos discursos do funk, mas também estruturas sociais (econômica, cultural e política); afirma que “numa relação dialética, entende que o discurso (re)cria, reforça e transforma não só identidades e posições sociais, como também relações e modos de crenças.” (GOMES, 2013, p. 102). Utilizando os estudos de Bourdieu (2010) sobre *campo* e *habitus*, a autora estuda e descreve os comportamentos tanto do ambiente em que o indivíduo se encontra, como o comportamento do indivíduo em si (mental e corporal). Ela conclui que “é no *campo* que o sujeito é modelado” (GOMES, 2013, p. 103). Ela reforça que, apesar de o *campo* influenciar o sujeito, isso não significa que ele não possa ser transformado: “São os modos de falar e de agir (mental e fisicamente) corporificados nas ações comunicativas que constituem o *habitus*.” (GOMES, 2013, p. 103); ou seja, é no *campo* que o *habitus* se manifesta.

---

<sup>32</sup> Professora e pesquisadora na Universidade de Sheffield, em Yorkshire, na Inglaterra; ela pesquisa e dá aula nas áreas da ciência e psicologia da música, música popular e novas mídias musicais.

<sup>33</sup> São estudos da Linguística e das Ciências Sociais.

<sup>34</sup> “é uma abordagem teórico-metodológica que atua na interface entre estudos da Linguística e das Ciências Sociais” (GOMES, 2013, p. 102).

O sujeito social opta por determinadas escolhas lexicais e sintáticas não apenas porque avalia os valores sociais envolvidos em determinado evento comunicativo, mas principalmente porque incorpora gestos, postura e linguagem próprios do grupo a que pertence ou com que se identifica, ou ainda a que deseja pertencer. (GOMES, 2013, p. 103)

Gomes utiliza também o conceito de identidade social, isto é, “O que a pessoa é, ou seja, sua identidade social é construída em práticas discursivas.” (MOITA LOPES, 2002, apud GOMES 2013, p. 104). De acordo com a autora, “as narrativas não só representam identidades, como as constituem e as constroem. Por outro lado, são responsáveis pela própria manutenção de identidades.” (GOMES 2013, p. 105); nesse contexto, entende-se que os discursos nas letras do bregafunk, por carregar características do *campo* onde os sujeitos se encontram, neste caso, periférico, exploram e reforçam as relações interpessoais dos indivíduos nele existentes, e também buscam maneiras de se inserir numa cultura hegemônica da qual querem fazer parte; as influências do *campo* acabam por fazer com que os indivíduos as externalizem através do *habitus*, ou seja, através dos seus comportamentos.

Essa reflexão é importante, pois nos faz perceber que a identificação com o estilo se dá de diferentes formas, e não se resume apenas na batida da música ou no seu discurso, mas numa série de fatores que influenciam o indivíduo a consumir tal produto; apesar disso, podemos perceber que o indivíduo que está dentro do *campo* onde esses discursos acontecem, tendem a identificar-se com eles de maneira mais plena, devido a todas as influências culturais às quais estão sujeitos.

## **2.3 A cultura da convergência**

### **2.3.1 A convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e a inteligência coletiva**

Nesta etapa, vamos compreender o que é a cultura da convergência, utilizando como referência a obra de Henry Jenkins (2006), *Cultura da*

*Convergência*, e como podemos relacionar esse tema com o nosso objeto de pesquisa, o bregafunk.

Jenkins (2009)<sup>35</sup> aborda o termo “cultura da convergência” da seguinte forma:

Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (JENKINS, 2009, p. 29)

Em seguida, o autor divide o termo “cultura da convergência” em três conceitos, a convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.

A “convergência dos meios de comunicação” seria o:

fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 29)

Para Jenkins (2009), a convergência é “uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 29). O autor cita que “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia.” (JENKINS, 2009, p. 29).

Na sua obra, o autor exemplifica a convergência nos meios de comunicação utilizando o exemplo de “Beto é do mal”, sobre um fato que ocorreu quando um estudante filipino-americano criou uma colagem de Beto da Vila Sésamo<sup>36</sup>, ao lado de Osama Bin Laden; após os ataques de 11 de setembro um editor de Bangladesh acabou por usar a imagem de “Beto é do mal” em cartazes, posters e camisetas anti-americanos, “*Vila Sésamo* é exibida

---

<sup>35</sup> Apesar de a obra de Jenkins *Cultura de Convergência* ter sido lançada em 2006, utilizaremos como referência a segunda edição da Editora Aleph, que foi lançada em 2009.

<sup>36</sup> Programa de TV americano que está no ar desde 1970 pela PBS da HBO Family.

no Paquistão num formato adaptado; o mundo árabe, portanto, não conhecia Beto e Ênio.” (JENKINS, 2009, p. 28); ou seja, provavelmente foi uma escolha aleatória da imagem, e acabou se tornando notícia no canal CNN quando manifestantes usaram as imagens em um protesto. (JENKINS, 2009)

Dado o exemplo acima, podemos compreender a trajetória de um conteúdo por diferentes meios midiáticos – a montagem feita pelo estudante em um programa de edição – a circulação da imagem através de cartazes, posters e camisetas durante um protesto – a captura dessas imagens por uma emissora de televisão.

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. (JENKINS, 2009, p. 29)

A citação acima deixa claro que para que um conteúdo venha a convergir, ele precisa ser difundido pelo público que o consome, seja por meio de estratégias empresariais ou por meios alternativos, como a apropriação popular. Apesar das estratégias citadas acima, Jenkins (2009) diz ser contra a ideia de que a convergência seja compreendida “como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos” (JENKINS, 2009, p. 29); e sim como uma “transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2009, p. 29-30).

Dentro do estilo bregafunk recifense podemos perceber alguns sinais da cultura de convergência quando, por exemplo, camisetas são produzidas com frases marcantes em músicas de brega e bregafunk; como é o caso do “Estilo Bregoso”, perfil comercial na rede social Instagram, que comercializa camisetas e camisas com frases de brega e bregafunk, além de usar expressões comuns de Recife e região. O projeto é bastante aceito pelo público da região e recebe até encomendas de fora do estado, cumprindo um papel de popularizador da cultura recifense e, conseqüentemente, de Pernambuco, para outras partes do Brasil. Percebemos a convergência nesse caso quando uma música e/ou

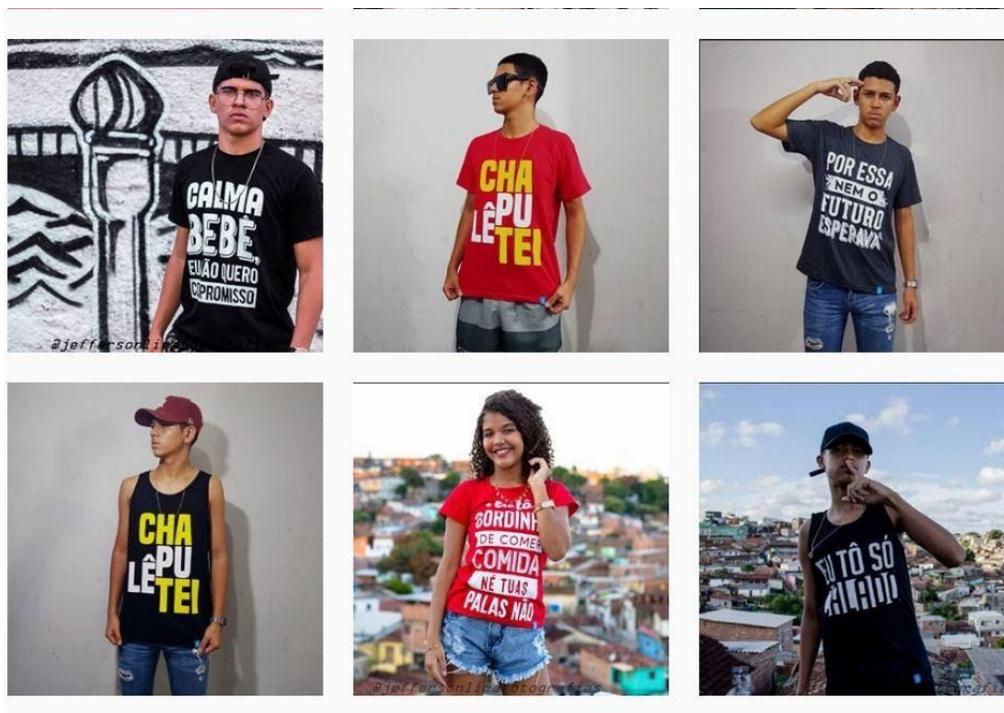
expressão popular no cotidiano deste grupo passa por um processo de edição em ferramentas como *Photoshp*, *Illustrator* ou *Corel*, em seguida é impresso em camisas e difundido através de redes sociais até chegar no seu consumidor. Esse processo de difusão se dá quando há a participação ativa dos consumidores, como afirma Jenkins (2009) na citação anterior.

**Figura 1:** perfil do Estilo Bregoso no Instagram



**Fonte:** print retirado pelo autor, no perfil da marca na rede social Instagram (<https://www.instagram.com/estilobregoso/>)

**Figura 2:** fotos das camisas produzidas pelo Estilo Bregoso no Instagram



**Fonte:** print retirado pelo autor, no perfil da marca na rede social Instagram (<https://www.instagram.com/estilobregoso/>)

A expressão “cultura participativa” é definida por Jenkins (2009) da seguinte forma:

contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. (JENKINS, 2009, p. 30)

A cultura participativa é, portanto, a interação de produtores e consumidores de mídia, em que as corporações possuem mais poder que um consumidor individual ou um grupo de consumidores. Vamos voltar ao exemplo do Estilo Bregoso: a produção das camisetas só é possível pois há de onde se tirar o conteúdo, neste caso, frases do cotidiano e músicas de brega e bregafunk, a corporação (que seria o Estilo Bregoso) utiliza-se dessas frases para confeccionar o seu produto, e o devolve aos consumidores do estilo

através de uma plataforma de rede social que funciona como mostruário e loja online da corporação, há cultura participativa quando há troca/interação de conteúdo, apesar de o Estilo Bregoso exercer um poder/influência maior do que um produtor independente que possa fazer um trabalho semelhante.

Sobre a “inteligência coletiva”, Jenkins (2009) diz que a convergência ocorre nos cérebros das pessoas e que:

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo. (JENKINS, 2009, p. 30)

Portanto, é possível definir a inteligência coletiva como algo que acontece quando o conhecimento passa a ser coletivo e compartilhado sem distinção.

Podemos voltar ao pensamento de Gomes (2013) do capítulo anterior que dialoga com a inteligência coletiva. No seu estudo sobre *campo* e *habitus*, a autora explica que o *campo* modela o sujeito, e que o *habitus* são as características pessoais de cada sujeito (mental e física); dessa maneira, compreendemos que os sujeitos, por possuírem bagagens culturais diferentes, têm acesso a conteúdos diferentes, devido aos diferentes *campos* onde estão presentes, absorvendo parte desse conteúdo para o seu *habitus*, e dividindo essas informações com sujeitos de outros campos, assim ocorre a inteligência coletiva, unindo recursos de habilidades de diferentes *campos*. “A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência.” (JENKINS, 2009, p. 30).

Trazendo a ideia de inteligência coletiva para o bregafunk, ainda usando o Estilo Bregoso como exemplo, temos os seus produtos (no caso, as camisas

e camisetas) que servem como uma base comum entre comunidades diferentes, unindo os consumidores por compartilharem das frases populares em diferentes campos da sociedade.

### 2.3.2 A narrativa transmídia

Jenkins (2009) explica a narrativa transmídia através da franquia de filmes Matrix (1999-2003). Ao longo do texto, o autor fala sobre a complexidade na compreensão da narrativa dos filmes, e explica que a transmídia foi uma das técnicas utilizadas pelos seus criadores, os irmãos Wachowski (agora irmãs, ambas são transgênero), para gerar curiosidade, adicionar novos fatos e complementar a história do filme, levando a experiência de consumir uma história a outro nível.

Jenkins (2009) define a narrativa transmídia da seguinte forma:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. (JENKINS, 2009, p. 138)

Podemos compreender na fala do autor que a transmídia serve para dar ao consumidor oportunidades e caminhos diferentes para consumir o mesmo produto, de forma que as experiências através de cada plataforma sejam proporcionadas de maneiras diferentes, “Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes.” (JENKINS, 2009, p. 138); além de proporcionar um alcance maior do produto oferecido, o que a transmídia busca é expandir não somente a maneira como o produto é apresentado mas também diversificar os mercados pelos quais serão possíveis o consumo do produto.

O autor também cita que “Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo

com a mídia.” (JENKINS, 2009, p. 138-139); assim, entende-se que, dependendo da plataforma onde essa mídia é transmitida o seu conteúdo se altera. Podemos ver esse exemplo na música, quando anteriormente citamos as mudanças nas letras das músicas de funk quando transmitidas pela televisão e internet, em que as letras tomam um tom mais tênue, substituindo os palavrões existentes por palavras com sonoridade semelhante.

O autor explica que é necessário haver novidades nas mídias selecionadas para apresentar o produto, pois o mesmo produto vendido de duas formas diferentes pode acabar sendo repetitivo e pode provocar o desinteresse. “A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia.” (JENKINS, 2009, p. 138), ou seja, a autonomia de cada plataforma, além de adaptar o conteúdo para a mesma, serve também para criar novidades que despertem o interesse do público pelo conteúdo em questão.

Jenkins (2009) ainda faz uma ligação entre a narrativa transmídia e a inteligência coletiva. Citando Pierre Lévy, Jenkins explica como as “obras estéticas” poderiam atender às exigências das “culturas do conhecimento”; a inteligência coletiva acontece quando o conhecimento passa a ser coletivo e compartilhado sem distinção. Lévy define que uma “obra de arte” possa ser um atrator cultural, “unida, criando uma base comum entre as diversas comunidades.” (JENKINS, 2009, p. 138); ou podendo ser um ativador cultural, “impulsionando sua decifração, especulação e elaboração.” (JENKINS, 2009, p. 138), ou mesmo ambos, ou seja, ao mesmo tempo que o saber sobre a obra de arte é compartilhado e coletivo, há ainda um interesse especulatório sobre ela. Relacionando essa observação com o campo da música, podemos definir o bregafunk como a obra de arte, tendo o papel de *atrator cultural*, por unir públicos diversos e também como um *ativador cultural*, podemos utilizar como exemplo esta pesquisa, que gera “decifração, especulação e elaboração”.

## 2.4 O design Gráfico e a construção de uma peça gráfica

Para a elaboração de qualquer projeto, é importante que compreendamos suas bases práticas e conceituais, para que, assim, o projeto possa ser executado e ter um bom desempenho. Nesta etapa, vamos abordar alguns conceitos de design necessários para a boa construção de uma peça gráfica. Farina et al (2006) afirmam que: "São vários os elementos que compõe uma peça de comunicação: a composição do layout, a tipografia, a imagem e, principalmente, seu aspecto cromático." (FARINA et al, 2006, p. 148), e são eles que veremos adiante.

### 2.4.1 Elementos Visuais (imagem, cor, textura e tipos e *layout*)

De acordo com Farina et al. (2006), na sua obra *Psicodinâmica das cores em comunicação*, as "ilustrações hiper-realistas" causavam grande impacto em algumas décadas do século XX, mas depois foram substituídas por imagens (fotografias) que também tiveram grande impacto em todas as mídias. Citando indiretamente Donis Dondis (1997), os pesquisadores contam que para a referida autora, nos textos e mídias impressos, o "texto" era o elemento mais importante, enquanto o "cenário físico, o formato, as cores e ilustração, são secundários e necessários apenas como apoio." (DONDIS apud FARINA et al. 2006, p. 148); já com relação aos dias de hoje, os autores dizem que é exatamente o contrário, a imagem predomina e o texto ou "o verbal" tem função secundária ou de acréscimo. (FARINA et al. 2006)

Farina et al. (2006) ainda afirmam que "O poder de fixar a atenção e conseguir do consumidor uma rápida assimilação da mensagem está ligado intimamente à simplicidade da imagem, [...] ao destaque dado ao fator que mais interessa." (FARINA et al., 2006, p. 153), para que haja uma comunicação direta dando destaque a um "detalhe motivacional" que chame a atenção do consumidor. Os autores ainda afirmam que uma peça gráfica deve ter uma quantidade reduzida de elementos para não causar a "saturação visual", e sugere que uma média de três "elementos motivacionais" são o suficiente para

captar a atenção do consumidor, pois assim é mais fácil criar um foco de atenção, considerando que muitas informações podem causar cansaço e desinteresse. (FARINA et al., 2006)

Sobre as cores, Farina et al. (2006) afirmam que “O contraste das cores contribui para aumentar o grau de atenção dos anúncios coloridos” (FARINA et al., 2006, p. 155); portanto, utilizar as cores de maneira correta torna a mensagem mais “sensível, mais dramática e com a capacidade de ser lida rapidamente” (FARINA et al., 2006, p. 155), os pesquisadores ainda complementam dizendo que saber lidar com elementos visuais e principalmente a cor é “fundamental para o sucesso de estratégias de comunicação” (FARINA et al., 2006, p. 161), pois ela tem que ser pensada para se comunicar com outras cores. Lupton (2008), na obra *Novos fundamentos do design*, diz que “A cor serve para diferenciar e conectar, ressaltar e esconder” (LUPTON, 2008, p. 71).

Lupton (2008) descreve as texturas como sendo “o grão tátil das superfícies e substâncias. [...] ajudam a entender a natureza das coisas...” (LUPTON, 2008, p. 53); especificamente para o design, a autora explica que a textura é:

tanto concreta como virtual. As texturas incluem a superfície efetivamente empregada na feitura de uma peça impressa ou de um objeto palpável e a aparência ótica dessa superfície. (LUPTON, 2008, p. 53)

A autora também afirma que muitas texturas feitas pelos designers são visuais e não são fisicamente sentidas pelo observador; ela ainda explicita que a textura serve para acrescentar detalhe a imagem, proporcionando assim, mais qualidade à superfície. (LUPTON, 2008)

Sobre os tipos no projeto gráfico, Mota e Amendola (2016) afirmam que:

O que regulamenta a tipografia quanto ao tratamento e manipulação dos tipos na composição são o conhecimento, a experiência e as limitações práticas da língua e da mídia. A equipe de trabalho necessita de normatização, classificação e medidas tipográficas impostas pelo projeto gráfico em todas as etapas de produção para o mesmo ser reconhecido e entendido pelo leitor. O contraste entre as

formas e tamanhos da tipografia é que irá dividir uma página, apresentar uma informação, destacar um dado sensível, ou melhor, comunicar uma ideia. Os tipos aplicados em um suporte têm que efetivar a comunicação e estabelecer uma unidade de fácil reconhecimento do idioma e da identidade visual que é representada, além de seguir conceitos de legibilidade, acessibilidade e usabilidade. (MOTA; AMENDOLA, 2016, p. 782)

Na construção de uma peça gráfica a hierarquia é importante para a organização das informações visuais e tipográficas, isso varia de projeto para projeto, pois são muitas as opções editoriais e de *layout* que podem existir.

De acordo com Fonseca (2008), o *layout* é um projeto da peça gráfica e tem a finalidade de visualizar a peça finalizada, alguns usam o *layout* como um protótipo de um projeto a ser produzido, possuindo o melhor acabamento possível; para Fonseca, o *layout* “é um esboço bem acabado de uma peça gráfica [...] em que são distribuídos, arranjados e marcados todos os elementos visuais componentes, [...] títulos, áreas de texto, ilustrações, fotografias, gráficos, etc.” (FONSECA, 2008, p. 208).

O grid faz parte do *layout* do projeto gráfico, uma vez que o *layout* serve para arranjar os elementos textuais e imagéticos de um projeto, o grid dá à peça a ser produzida um norteamento de organização das informações. Samara (2007) define o grid da seguinte forma:

Todo trabalho de design envolve a solução de problemas em níveis visuais e organizativos. Figuras e símbolos, campos de texto, títulos, tabelas: todos esses elementos devem se reunir para transmitir a informação. O grid é apenas uma maneira de juntar esses elementos. Os grids podem ser soltos e orgânicos ou rigorosos e mecânicos. (SAMARA, 2007, p. 22)

Ainda sobre o grid, o autor afirma que trabalhar com grid traz “clareza, eficiência, economia e identidade” (SAMARA, 2007, p. 22), pois o grid permite uma ordem ao *layout*, separando os níveis de informação e facilitando sua leitura, “o grid permite que o designer diagrama uma quantidade enorme de informação, como um livro ou uma coleção de catálogos, porque muitas questões de design já foram respondidas ao construir a estrutura do grid” (SAMARA, 2007, p. 22).

#### 2.4.2 O cartaz

De acordo com Fonseca et al. (2008), os cartazes são impressos, em sua maioria de grande formato, com o objetivo de serem afixados em locais amplos e/ou ao ar livre, em paredes, vitrines ou tapumes; eles podem ser colados, pintados ou luminosos. Segundo Fonseca et al., os cartazes “têm acentuado o aspecto visual, pelo uso das cores, constituindo, muitas vezes, legítimas peças de arte.” (FONSECA et al., 2008, p 200).

Fonseca et al. (2008) explicam que a concepção moderna de cartaz teve início na segunda metade do século XIX, quando, em 1855, o litógrafo E. Th. Litfrass construiu em Berlim colunas cilíndricas para afixação de anúncios públicos. Na década de 1890, o pintor francês Henry de Toulouse-Lautec lançou um estilo de cartazes totalmente novo, criando técnicas de reprodução litográfica que inovaram o processo de impressão e estabeleceu uma linguagem para o cartaz e propaganda visual. O cartaz, a partir de então, tornou-se arte expressiva, apesar de manter sua função utilitária. Nessa mesma época, o uso de cartazes se espalhou na Europa, formando uma nova estratégia de comunicação comercial, que seria o primeiro passo para a propaganda visual.

Devido ao seu alto poder de impacto e interesse, o cartaz se tornou o principal meio de divulgação das transformações sociais que precederam à Segunda Guerra Mundial, vindo a ser um poderoso instrumento de propaganda política. Durante a Segunda Guerra, constituiu uma das armas mais eficientes para elevar os sentimentos patrióticos, manter a moral do front interno e mobilizar a opinião pública. (FONSECA, 2008, p. 201)

Fonseca et al. (2008) indicam que alguns países da Europa, como França, Itália, Portugal e Polônia eram referência na qualidade de concepção e produção de cartazes. O cinema era o principal meio de comunicação de massa na época, e passou a utilizar os cartazes como sua principal forma de divulgação, o autor diz que é daí que vem a expressão “o filme está em cartaz” (FONSECA, 2008, p. 201).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 Metodologia geral**

A presente pesquisa foi elaborada a partir de uma abordagem qualitativa, em que “O ambiente natural é fonte direta para coleta de dados, interpretação de fenômenos e atribuição de significados” (PRODANOV, 2013, 128). Além desta, foi utilizado um método de análise histórico e analítico para elaborar o embasamento dos objetivos aos quais nos levaram à concepção do nosso produto resultante desta pesquisa, a produção de cartazes sobre o bregafunk, pois, ao longo da pesquisa, analisamos historicamente, num âmbito sobretudo regional, os estilos brega e funk e a sua hibridização, que resultou no estilo bregafunk. Método analítico, por sua vez, porque a partir da perspectiva da cultura de massa, compreendemos como o bregafunk se popularizou e de que forma ele foi recebido pelo seus consumidores, além de ele ter sido utilizado nas análises de algumas letras de músicas, para entender como o simulacro de realidade é retratado no seu discurso, gerando sentido e, ao mesmo tempo, fazendo com que o seu consumidor se identifique com a realidade retratada nas letras. Após essa etapa, a partir do design, estudou-se uma alternativa, com relação ao produto final, que é a elaboração de cartazes através da utilização da cultura de convergência, cujo intuito é a divulgação e a popularização entre as camadas sociais que não se sentem representadas por este estilo e ao mesmo tempo, a outras camadas, para que possam conhecê-lo por meio deste tipo de divulgação.

O procedimento técnico aplicado a esta pesquisa é de um estudo de caso, pois a pesquisa foca em um fenômeno contemporâneo inserido no contexto da nossa sociedade. O tema abordado na pesquisa é o estilo bregafunk, e buscou-se estudar esse fenômeno de maneira a entender como o estilo atua nos dias de hoje, relacionando-o com a cultura de massa, estudando os temas abordados nos discursos das suas letras e entendendo como o bregafunk tem a ver com a cultura de convergência.

Para a realização desta pesquisa utilizou de um método científico de uma forma dedutiva. Este método, segundo Prodanov (2013), “Sugere uma análise de problemas do geral para o particular, através de uma cadeia de raciocínio decrescente.” (PRODANOV, 2013, 127). Buscamos ao longo da pesquisa entender o contexto geral do estilo e, em seguida, tratar das dificuldades de esse estilo fazer parte da cultura hegemônica.

Para uma melhor compreensão da forma de estudo que foi aplicada nesta pesquisa, dividimos os temas que compõem o conteúdo desta investigação da seguinte forma:

- Pesquisar a origem dos ritmos (brega e funk e bregafunk);
- Relacionar o bregafunk com a cultura de massa;
- Estudar as letras das músicas selecionadas;
- Estudar o processo de identificação;
- Relacionar a cultura de convergência com o bregafunk;
- Definir como o design gráfico e seus elementos (visuais) integram a construção do produto final;
- Produzir uma coleção de cartazes;

### **3.2 Métodos de procedimento**

O método de pesquisa escolhido para chegar à construção da nossa fundamentação teórica desenvolveu-se a partir de um critério de análise de dados histórico e comparativo, buscando informações em fontes bibliográficas – livros, artigos e dissertações – e também através de fontes da internet – especificamente o site *Vice Brasil*, a fim de elucidar os objetivos específicos anteriormente apresentados.

Na primeira etapa da pesquisa, buscamos compreender o contexto histórico dos movimentos, entender suas origens e seus desdobramentos até a sua fusão resultante no tema desta pesquisa, o estilo bregafunk. Para um aprofundamento maior no entendimento do seu surgimento, optamos por

estudar o estilo bregafunk em uma esfera regional, contemplando o estado de Pernambuco, mais especificamente a RMR (região metropolitana de Recife). Essa etapa se fez importante, pois entender o contexto histórico nos permite uma maior compreensão do que o estilo é hoje em dia.

Na segunda etapa, buscamos compreender as características sociais do estilo, de como ele é visto a partir da perspectiva da cultura de massa. Para tanto, estudamos letras de músicas com o propósito de perceber os temas recorrentes que compõem as letras e de como isso retrata, até certo ponto, a vida das pessoas que se encontram inseridas na cultura local, onde esses eventos acontecem; o processo de identificação ajuda a compreender de que maneira, ou por qual motivo as pessoas consomem o estilo bregafunk.

Na terceira etapa, definimos os termos que compõem a cultura da convergência, a fim de proporcionar um entendimento do que trata o tema, relacionando-o com o bregafunk; em seguida escolhemos um tema específico dentro da cultura da convergência, a narrativa transmídia, que nos ajudou na concepção do nosso produto final, resultante desta pesquisa. Esta narrativa, especificamente, serve para que produtos sejam convergidos em outras plataformas midiáticas de maneira independente com intuito de atingir diferentes nichos de públicos consumidores; esta etapa também nos fez enxergar o bregafunk como uma obra de arte (não do ponto de vista estético), segundo as definições de Pierre Lévy (*apud* JENKINS, 2009), por ser tanto um atrator cultural como um ativador cultural.

Na quarta etapa, exploramos o design gráfico, com o intuito de explicar os elementos necessários para a construção de uma peça gráfica, pois adiante, essa explicação nos ajudou a entender com mais clareza os elementos que compõem o nosso produto final, em seguida explicamos um pouco do contexto histórico do cartaz, para compreender a sua importância para a divulgação e propaganda na comunicação visual.

### 3.3 Metodologia Projetual

Existem muitas metodologias de design que funcionam para a criação de uma peça gráfica, mas, para esta pesquisa, buscou-se uma que fosse propriamente criada para a construção de projetos de design gráfico, portanto, o *método generalista para o desenvolvimento de projetos de design gráfico*, de Francisco Homem de Melo (2003), foi selecionado para a produção dos nossos cartazes, que é o objetivo geral desta pesquisa.

Segundo Panizza (2004), Francisco Homem de Melo foi convidado a escrever um texto apresentando o processo do projeto em um livro chamado *O valor do design*<sup>37</sup>, que foi lançado em 2003.

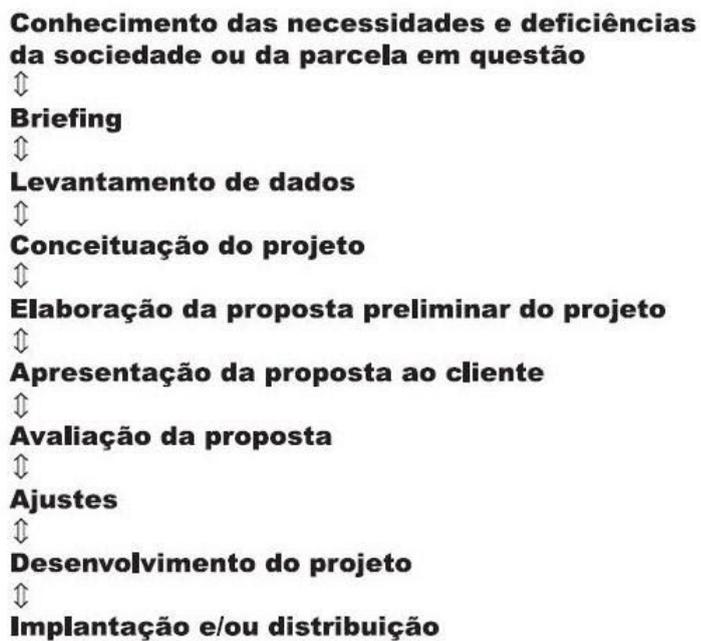
De acordo com Melo (apud PANIZZA, 2004), o processo do projeto não é linear, podendo ocorrer um embaralhamento de etapas ou o surgimento de ações imprevistas, mas isso não significa que haja a ausência de regras.

Segundo a autora, para a produção de um projeto de design é necessário “[...] estar a par das necessidades e deficiências da sociedade, ou da parcela da população em questão, e também conhecimento a respeito do próprio design: suas ferramentas, história e cultura” (PANIZZA, 2004, p. 147); a autora complementa que este é o primeiro passo na produção de um projeto, e que ele deve vir antes de qualquer contato com o problema a ser resolvido, pois ele deve fazer parte do próprio designer (PANIZZA, 2004).

---

<sup>37</sup> Panizza (2004) explica que o livro *O valor do design* (2003) é uma versão revisada e ampliada do livro *Kit prática profissional – Designer gráfico*, lançado em 1998.

Figura 3: Esquema proposto por Melo (2003)



Fonte: Panizza (2004, p. 150)

## **4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **4.1 Aplicação do método**

Nesta etapa, daremos início a construção do nosso projeto através do método de construção de projeto gráfico de Francisco Homem de Melo, como citado na etapa anterior.

#### **4.1.1 Conhecimento das necessidades e deficiências da sociedade ou da parcela em questão**

Como vimos ao longo desta pesquisa, o bregafunk é um estilo originalmente periférico, por muitas vezes negligenciado pela cultura hegemônica, ora pelo discurso nas suas letras, ora pelo que ele representa. O estilo é resultado do brega com o funk recifense, que ao longo do período em que existiam bailes funk nas periferias da Região Metropolitana do Recife, foi associado à violência, criminalidade e uso de drogas, enquanto o brega tinha um apelo mais romantizado e até um pouco de sofrimento em suas letras. Com o fechamento das casas de shows onde aconteciam os bailes funk na RMR<sup>38</sup> a maioria dos MCs que não eram tão conhecidos tiveram dificuldade de encontrar lugares para cantar o funk, além do fato de estarem frequentemente associados à violência, o que acarretou o declínio do funk. Uma saída que os MCs encontraram, porém, foi começar a cantar funk nos bailes de brega, que eram bastante populares na época, por ser um estilo frequentemente consumido no Nordeste, o Kombeirão em Olinda é um exemplo deles; de acordo com Gomes (2013), foi provavelmente nessa época, quando os estilos começaram a ter contato, que o bregafunk nasceu. Para atingir um público maior, os MCs começaram a cantar brega, com algumas alterações nos ritmos, adicionando um pouco mais de batida, o que fez com que aos poucos fosse nascendo o bregafunk, tratando de temas românticos, relações entre casais, e

---

<sup>38</sup> Região Metropolitana do Recife.

finalmente a “guerra dos sexos”, em que o homem que cantava o seu sofrimento pela amada, agora cantava sobre a superação, mostrando na música que estava “melhor que ela”; ao longo dos anos as temáticas foram mudando, até chegar aos temas mais sexuais e sensuais e na ostentação.

A partir desse resumo, é possível perceber as limitações que os estilos tiveram ao longo dos anos, principalmente o funk, pela sua estigmatização, tanto por parte da mídia quanto pela polícia. O estilo bregafunk, apesar de ser bastante popular, ainda é mal visto por algumas camadas sociais, o que buscamos, através dessa pesquisa é projetar a partir da perspectiva do design, uma forma (que neste caso será uma coleção cartazes), de fazer com que esse estilo musical seja consumido por essas camadas sociais, não através da música em si, mas com a ajuda da cultura da convergência, da narrativa transmídia mais especificamente, converter algumas músicas em cartazes.

#### 4.1.2 Briefing

O briefing é uma etapa que acaba se desdobrando em outras etapas. É necessário uma organização de informações que nos ajudem na construção do projeto, para que sirva como um norteamento para nos mantermos dentro do tema proposto, são necessárias informações estratégicas para que o produto final atenda a todas as expectativas esperadas.

Existem várias maneiras de construir diretrizes para um briefing, segundo as especificações de briefing de Phillips (2007), utilizando como base o seu quadro de tópicos básicos para briefing de design (PHILLIPS, 2007, p. 29), selecionamos as especificações de conteúdos a seguir que se encaixam no nosso projeto.

- a) Justificativa e objetivo do projeto e resultados desejáveis

Baseado nas pesquisas anteriores, viu-se a necessidade de uma nova estratégia para que o estilo bregafunk fosse

consumido por pessoas que não gostam de ouvir as músicas, ou que não se sentem representadas pelo estilo. É necessário deixar claro desde já que este projeto não tem uma finalidade comercial, sendo seu propósito a utilização da transmídia para que o estilo bregafunk passe a existir também na forma de cartazes.

Com esta nova modalidade de consumo do bregafunk, é esperado que o alcance do consumo do estilo aumente atingindo novos nichos de mercado, proporcionando aos novos consumidores uma nova experiência ao consumir o bregafunk.

#### b) Concorrentes

Como esta é uma proposta nova de consumo não há concorrência, e devemos lembrar mais uma vez que este não é um produto comercial, então seu objetivo é agregar valor ao estilo bregafunk, numa modalidade totalmente colaborativa e não competitiva.

#### c) Público-alvo

Diferentemente da maioria dos projetos em que o designer cria um projeto para um público que já se identifica com o conteúdo, este projeto pretende ousar e criar um novo produto para pessoas que não se identificam com o conteúdo. A proposta é que as classes sociais que não se identificam com o estilo bregafunk, com o discurso nas letras ou não se identificam com a sua origem periférica, tenham uma nova visão do que é o estilo.

O direcionamento deste produto não possui distinção de sexo, portanto, abrange todas as sexualidades; como os cartazes podem conter algum tipo de linguagem explícita,

são direcionados para jovens acima de 14 anos e adultos de todas as idades; o nível de escolaridade dos consumidores pode variar entre ensino médio e ensino superior; os níveis de renda do público consumidor pode variar, citamos as classes mais elevadas da sociedade por muitas vezes considerarem o bregafunk, assim como estilos semelhantes como de “mau gosto”, mas podemos incluir aqui também, pessoas de classes emergentes que compartilham das mesmas opiniões sobre o estilo; as ocupações do público-alvo podem ser variadas, desde estudantes (de ensino médio a universitários), a empresários de micro e grandes empresas; com *hobbies* variados, pessoas que se atraem por leitura e por mídias impressas (como cartazes), que costumam frequentar shoppings e galerias e espaços abertos.

Apesar de termos estudado o bregafunk numa esfera regional, os cartazes não se limitam só ao estado de Pernambuco, podendo ser consumidos por todos os estados do Brasil, é interessante ressaltar que em algumas partes do país, por motivos de distância e diferenças culturais, podemos considerar que o estilo não seja consumido somente por falta de interesse, e sim por distanciamentos culturais, no entanto, a proposta segue válida para todas as regiões. Este produto direciona-se também para pessoas com hábitos de consumo voltados para a atualidade, que transitam em lugares que possuam grande volume de peças gráficas de tamanhos e formas variadas com divulgação de produtos, como shoppings e galerias, ruas e espaços públicos em geral.

d) Objetivos e estratégias de design

Os objetivos esperados com este projeto são de que, com a implantação dos cartazes em espaços públicos, as pessoas possam observar as peças gráficas, compreender que o seu conteúdo é bregafunk, e sentirem que de alguma forma essas peças lhe causem encanto, de modo que as peças possam proporcionar prazer e admiração.

Utilizar cartazes como meio de propagação de uma nova plataforma midiática para o estilo bregafunk é uma maneira de usar a imagem, e não mais o som, para captar um novo sentido do consumidor. Os cartazes foram escolhidos especificamente pois são fáceis de possuir e colecionar, podendo ser impressos em casa, e por utilizarem a imagem (num contexto total do conteúdo do cartaz) para chamar a atenção do consumidor e mantê-lo interessado.

#### 4.1.3 Levantamento de dados

Entendido o contexto do estilo, como vimos acima no tópico 3.3.1, da metodologia do projeto, precisamos entender pontos específicos neste momento da pesquisa para que possamos dar andamento ao mesmo.

Será necessário criar um quadro de inspiração, com elementos imagéticos representantes do estilo, ou que faça referência a ele; este quadro servirá para ajudar o designer na hora da criação dos cartazes.

As letras anteriormente analisadas na etapa 2.2.2 (Estudo das letras das músicas), da fundamentação teórica, também nos ajudarão na construção das peças gráficas; trechos de algumas das letras nos ajudarão a compor os cartazes.

#### 4.1.4 Conceituação do projeto

Anteriormente, afirmamos que o nosso projeto final é composto por peças gráficas, cartazes mais especificamente, no formato A3, para que possamos definir o que os cartazes vão conter (de elementos visuais).

Como explicado alhures, nesta etapa construímos dois quadros de referências do estilo, de onde foram extraídas algumas informações e cujos elementos recorrentes nas imagens foram avaliadas, para serem usadas como inspiração e princípios norteadores da linguagem visual aplicada no nosso produto final.

Figura 4: Painel de inspiração 1



Fonte: Google imagens

Na primeira figura, vemos a predominância de peças gráficas, elas servem para divulgar bailes de bregafunk e as músicas do estilo; nelas, a maioria das cores utilizadas são vivas e quentes, podendo haver fundos com cores mais frias para equilibrar a composição; podemos perceber também a presença de uma variedade de tipografias, com destaque na maioria das peças, com cores chamativas e formatos variados, geométricos e caligráficos.

Figura 5: Painel de inspiração 2



Fonte: Google imagens

Na segunda figura, temos uma presença maior de fotos de artistas nas peças gráficas, em ensaios fotográficos e em apresentações; nelas podemos perceber uma variação maior de cores, sem um padrão definido; há uma grande quantidade de artistas, em sua maioria jovens, com óculos escuros, também usando boné, e é percebido também que grande parte dos artistas são homens.

Baseados nas informações obtidas a partir do painéis de inspiração, extraímos as primeiras inspirações e ideias para as peças que foram produzidas. Como vimos, há a presença de cores chamativas, e em alguns casos cores frias em contraste, mistura de tipografias com características geométricas e caligráficas, presença de pessoas como representantes do estilo.

#### 4.1.5 Elaboração da proposta preliminar do projeto

Como este projeto é uma nova proposta de consumo para o bregafunk, estabelecemos uma quantidade de cinco cartazes para dar início a essa nova alternativa transmídia.

Definido o produto a ser gerado, neste caso, cartazes, pensamos que o formato A3 seria uma boa opção para a melhor visualização da peça impressa, e como estabelecemos na etapa anterior os elementos recorrentes nos painéis, nesta etapa vamos fazer alguns rascunhos das peças a ser produzidas.

Seguindo os elementos recorrentes nos painéis de inspiração, as peças devem conter:

- Cores fortes e chamativas com cores frias em contraste;
- Mistura de tipografias geométricas e caligráficas;

Dadas as especificações acima, vamos para a etapa de geração de alternativas.

#### 4.1.6 Apresentação da proposta ao cliente

Como este projeto não tem finalidade comercial e não está sendo produzido por encomenda de nenhum cliente, esta etapa não se faz necessária neste projeto (mas pode fazer parte de outros projetos de design).

#### 4.1.7 Avaliação da proposta

Esta etapa serve para que a proposta apresentada pelo designer seja avaliada pelo cliente, mas, como explicamos anteriormente, o projeto não tem fins comerciais, portanto nesta pesquisa, esta etapa não será necessária.

#### 4.1.8 Ajustes

Caso o cliente não esteja satisfeito com a avaliação da proposta, ajustes serão feitos para atender às suas especificações; como não possuímos um cliente neste projeto, pois ele tem apenas fins conceituais, esta etapa também não será necessária, mas apesar disso, experimentações foram feitas antes de chegar nos cartazes finais.

Abaixo estão expostos alguns dos cartazes que foram produzidos no processo de criação:

**Figura 6:** Experimentações



**Fonte:** Produzido pelo autor

#### 4.1.9 Desenvolvimento do projeto

Para o desenvolvimento dos nossos cartazes, utilizamos as informações obtidas no tópico 4.1.5 (Elaboração da proposta preliminar do projeto), da aplicação do método; a partir dos direcionamentos lá descritos, demos início a nossa produção.

Ao invés de utilizarmos fotografias de alguns dos representantes do estilo bregafunk, pensamos que ilustrações seriam mais interessantes. Para não criarmos as ilustrações do zero, utilizamos ilustrações já existentes obtidas no site FREEPIK<sup>39</sup>, ao todo, foram utilizadas duas ilustrações deste site; feito isso, fomos para os programas de edição da Adobe, Photoshop e Illustrator, para fazer alguns recortes de imagem e aplicação de algum efeito necessário

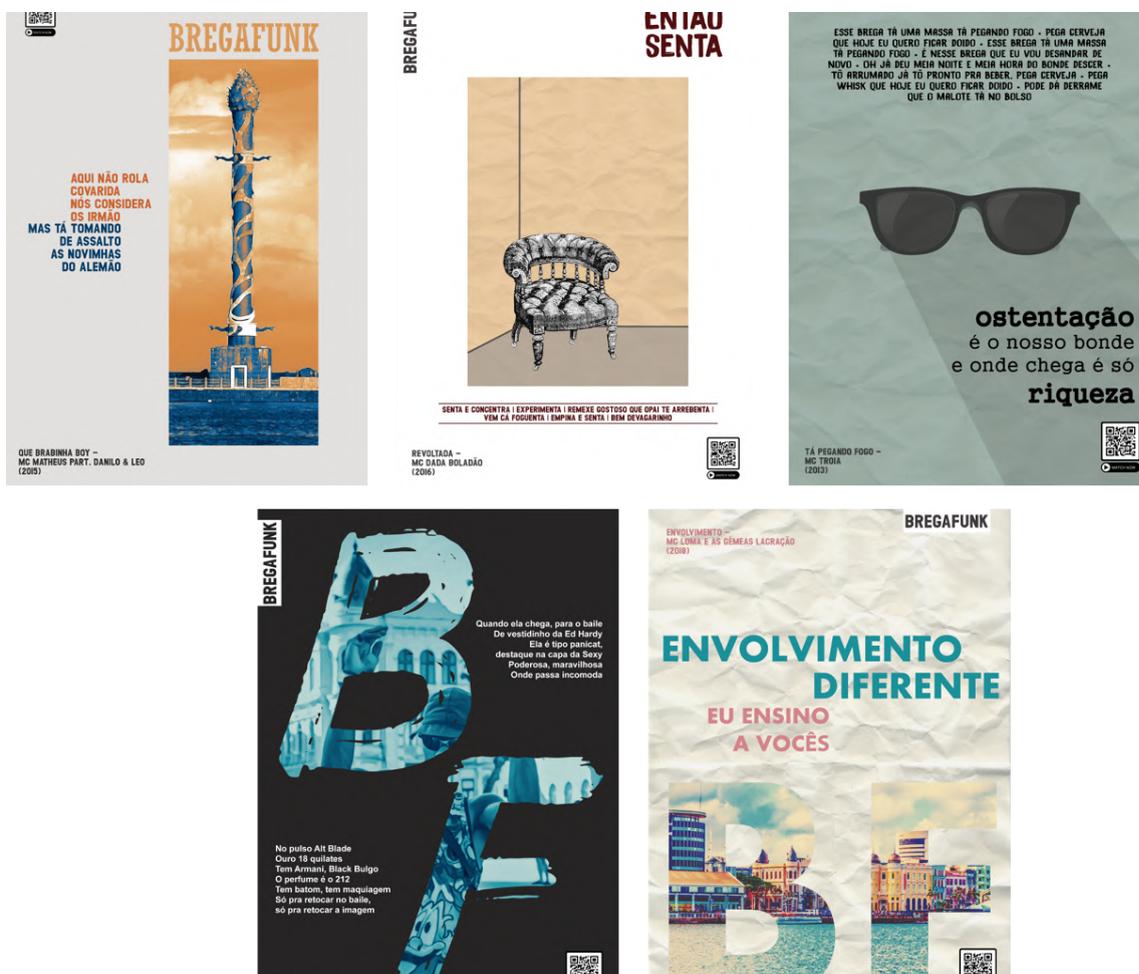
<sup>39</sup> Os links das ilustrações estão nas referências; as atribuições aos autores das ilustrações são dadas por meio do link disponibilizado no site

e, em seguida, demos continuidade à construção do *layout* num formato cartaz A3; nesta etapa, escolhemos as tipografias que iríamos usar, e também as cores, além de formas e grafismos.

Apesar da utilização dos quadros de inspiração, nós optamos por utilizar apenas alguns elementos, pois como este projeto não está sendo criado para o mesmo público das peças anteriores não há a necessidade de semelhança entre elas.

Segue os resultados dos cartazes produzidos<sup>40</sup>:

Figura 7: Cartazes produzidos



Fonte: Produzido pelo autor

<sup>40</sup> Nos apêndices é possível encontrar os cartazes em tamanho maior, para uma melhor visualização.

Os cartazes possuem poucos elementos, pois, dessa forma é possível captar mais rapidamente a atenção do consumidor e fazer com que ele assimile melhor a mensagem. Escolhemos poucos elementos motivacionais, para chamar a atenção do consumidor, em alguns cartazes utilizamos imagens, em outros ilustrações e também tipografias com fundos de imagem; as imagens utilizadas são da cidade de Recife, para fazer referência ao lugar de nascimento do estilo. Além do pouco uso de elementos motivacionais, também utilizamos poucos elementos na peça como um todo, para facilitar a leitura dos cartazes.

Utilizamos uma mistura de tipografias, em sua maioria geométricas ou com traços de *lettering*. Alguns trechos das músicas que foram adicionados aos cartazes possuem tamanhos pequenos propositalmente para que os consumidores se aproximem dos cartazes para ler, e outras, em tamanhos maiores servem para destacar uma informação e comunicar ideias.

A coleção de cartazes não possui um padrão de formas e cores entre si, apesar de ser uma coleção; essa decisão foi tomada pois, dessa maneira, por utilizar músicas diferentes em suas composições, para gerar variedade e para proporcionar ao consumidor experiências diferentes no consumo de cada cartaz.

É necessário também deixarmos claro que, não estamos criando uma coleção de cartazes para o público que já é consumidor do estilo, mas para aqueles que não se identificam com o bregafunk, portanto, as escolhas estéticas e imagéticas não obedecem um padrão já existente no estilo, na construção dos cartazes buscamos uma estética que agradasse as classes para qual os cartazes foram projetados.

As informações técnicas finais do cartaz são:

- Formato A3;
- Impressão em papel couché 115g;
- Sistema de cores de impressão: CMYK;

#### 4.1.10 Implantação e/ou distribuição

Jenkins (2009) explica que para que um produto venha a convergir, ele precisa ser amplamente difundido pelos seus consumidores, através de estratégias empresariais ou apropriação cultural; como vimos nos tópicos 2.3.1 e 2.3.2, da fundamentação teórica, o exemplo do perfil comercial do Estilo Bregoso na rede social Instagram, de apropriação das frases de músicas do estilo brega e frases do dia a dia do recifense, que são consideradas “bregas” e a estratégia de investir em elementos da cultura local, divulgada amplamente em redes sociais, conseguiu atingir os consumidores do brega e outros consumidores, por utilizar uma maneira diferente de consumir o estilo, proporcionando ao consumidor uma outra experiência.

O que temos em mente em relação aos cartazes produzidos é que, apesar de eles não serem direcionados para os consumidores do bregafunk, isso não os impede de consumi-los, na verdade, isso ajudaria a propagar ainda mais a nova plataforma em que o bregafunk está sendo apresentado.

Os cartazes ficarão disponíveis na plataforma de portfólio Behance, na internet, para que possam ser visualizados e baixados gratuitamente por qualquer pessoa que se interessar; a ideia de publicar os cartazes *on-line* é que, assim, eles podem atingir um número maior de pessoas, pois elas podem imprimi-los em suas casas ou em gráficas e colecioná-los. Gostaríamos também de que esses cartazes pudessem ser impressos e anexados em locais públicos, para que pessoas que estão passando pelo local possam ter a atenção captada através dos cartazes, e queira saber do que se trata.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da popularidade e reconhecimento que o bregafunk tem tido em nível nacional, fazendo artistas pernambucanos famosos em todo o Brasil e influenciando artistas de outros estilos com sua batida e coreografias, o estilo ainda sofre com estigmatizações relacionadas com a sua origem periférica e o seu discurso, que por possuir conteúdo sexualizado, acaba afastando esse estilo de algumas camadas sociais, por seus integrantes acharem que o bregafunk não é um estilo de “bom gosto”, e que é rejeitado pela cultura hegemônica; mesmo com essa rejeição, o estilo conseguiu fazer parte da cultura de massa, estando presente em várias plataformas de mídia, como a internet, televisão e rádio, além de CDs e DVDs. A inserção do estilo na cultura de massa ajudou a afirmar o bregafunk como parte da cultura da Região Metropolitana do Recife, passando a ser um dos estilos representantes da música pernambucana.

Dizer que o estilo é parte da cultura da Região Metropolitana do Recife e de Pernambuco como um todo, pode soar estranho para alguns que acreditam que “cultura” são apenas representações artísticas cultas de música, artes, filosofia ou literatura, na verdade, a cultura é o reflexo dos costumes de uma determinada sociedade, ou de uma parcela dela, representados através da música, das artes, filosofia e literatura, inclusive de uma maneira popular e não somente culta; pelo estado pernambucano inteiro vemos representações de culturas locais, como a literatura de cordel, a produção de artefatos de barro e de vários outros tipos de artesanatos, além das toadas de vaqueiros, das roupas, chapéus e artefatos de couro; tudo isso é cultura, pois cada um desses exemplos representa e influencia uma parcela da sociedade em que estamos inseridos; sendo assim, o bregafunk é uma cultura, ele reflete o seu lugar de origem, influencia na dança, no modo de vestir e falar, com gírias e frases de efeitos em suas letras, descreve as relações interpessoais daquele grupo. Isso nos faz refletir sobre como a cultura é vasta e pode não ser compreendida, pois as influências que temos dos grandes produtores de cultura nos faz pensar que

tudo aquilo que não é cultura hegemônica, agregada de muito valor por classes dominantes, não é cultura de modo algum.

Tendo analisado o contexto do estilo, entendido as suas dificuldades ao longo dos anos e também os seus momentos de destaque em uma escala estadual e nacional, pensamos que poderíamos de alguma forma mudar a percepção de parte da cultura dominante sobre o estilo bregafunk se tentássemos outra forma de abordagem, que não fosse pela música; a partir da ideia da cultura da convergência e da narrativa transmídia de migrar conteúdos através de mais de uma plataforma midiática, pensamos então em utilizar cartazes, pois, essa é uma forma recorrente de expressão de vários tipos de conteúdo, possuindo tamanhos variáveis para atender as necessidades da melhor maneira possível; após a escolha da plataforma alternativa em que o estilo bregafunk seria representado, selecionamos o procedimento metodológico pelo qual se estruturaria a nossa produção, para isso, o *método generalista para o desenvolvimento de projetos de design gráfico*, de Francisco Homem de Melo (2003) foi o escolhido, pois acreditamos que ele seria o mais adequado para projetos de comunicação visual; ao aplicar o método, foi possível desenvolver as etapas de maneira simples e objetiva, pontuando em cada tópico a sua importância.

Os resultados obtidos com as pesquisas nos permitiram perceber de uma perspectiva maior o contexto histórico do bregafunk, embora ainda haja poucas pesquisas acadêmicas sobre o tema, inclusive por ser um estilo relativamente jovem, gerando uma certa dificuldade em encontrar conteúdos históricos sobre ele. Além dos cartazes produzidos a partir das pesquisas efetuadas, esperamos que esta monografia ajude outras pessoas que também estejam com dificuldade em encontrar pesquisas acadêmicas relacionadas ao bregafunk.

Com a experimentação de uma nova alternativa de consumir um conteúdo, neste caso o bregafunk, o que poderíamos fazer adiante para

darmos continuidade ao projeto? Se esta alternativa se confirmar efetiva ao longo do tempo, poderíamos utilizar a transmídia e os estudos culturais para elevarmos outras culturas que são igualmente importantes na nossa sociedade, mas que são negligenciadas ou pouco difundidas. A ideia de dar mais visibilidade a culturas pouco conhecidas presentes no nosso país poderia fazer com que nós déssemos mais importância para o que temos dentro do nosso território, e reconhecer cada região por suas individualidades e não somente por estereótipos; isso resultaria numa valorização maior da nossa cultura como sociedade brasileira, permitindo que as individualidades culturais de cada região tivessem a oportunidade de se mostrarem e serem reconhecidas.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Paulo César de. **Eu não sou cachorro não** – Música popular cafona e ditadura militar. 2ª ed. Rio de Janeiro – São Paulo: Record, 2002. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/vcev>. Acesso em mar. de 2019.

CALDAS, Waldenyr. O que todo cidadão precisa saber sobre a cultura de massa política de comunicações. São Paulo: Global, 1987.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FONTANELLA, Fernando Israel. **A estética do Brega**: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife. 2005. 112 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco. CAC. 2005.

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico**: design e produção gráfica de impressos e livros. Porto Alegre: Bookman, 2008.

GIANELLI, Carlos Gregório dos Santos. A lógica cultural urbana: Cultura de massa e indústria cultural. **Revista Outros Tempos**: Dossiê história e cidade. Volume 9, número 13, p. 112-129, jul. 2012.

GOMES, Jaciara Josefa. **Tudo junto e misturado**: violência, sexualidade e muito mais nos significados do funk pernambucano/ “É nós do Recife para o mundo”. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação / Henry Jenkins; tradução Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo : Aleph, 2009.

LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do design**. Título original: *Graphic design: the new basics*. Tradução: Cristian Borges. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MARANGON, F.; MACIEL, M. A. C.; SANTOS, V. D. R. Mídia, cultura de massa e cultura local: Conflitos culturais. **Anais do workshop de geografia cultural: A multiplicidade da cultura no espaço e suas territorialidades**. Alfenas-MG, p. 33-46, 2013. Disponível em: <https://www.unifal-mg.edu.br/geografia/workshopdegeografiacultural>. Acesso em jul. de 2019.

MOTA, M. J. da; AMENDOLA, M. F. Tipografia e design na construção da linguagem visual da letra. **Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design**. Belo Horizonte – MG: Blucher Design Proceedings, 2016.

ORTIZ, Renato. A escola de Frankfurt e a questão da cultura. **Revista Sociologia em Rede**, vol. 6 num. 6, p. 203-242, 2016.

PANIZZA, Janaina Fuentes. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual**. Dissertação (mestrado) - Universidade de São Paulo, Curso de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. 2004.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo: Editora Blucher, 2007.

SAMARA, Timothy. **Grid: Construção e desconstrução**. Título original: *Making and breaking the grid: a graphic design workshop*. Tradução: Denise Bottmann. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal**. São Paulo: Record, 2000.

TROTTA, Felipe. Música popular, moral e sexualidade: reflexões sobre o forró contemporâneo. **Revista Contracampo**, Niterói, nº 20, p. 132-146, ago. de 2009.

VIANNA, Hermano. **O Baile Funk Carioca: Festas e Estilos de Vida Metropolitanos**. Dissertação de Mestrado em Antropologia - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Rio de Janeiro. 1987.

### Referências obtidas da Internet

ALBUQUERQUE, GG. **O nascimento do bregafunk é a história de sobrevivência dos MCs do Recife**. Vice, 2018a. Disponível em: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/vbxkk3/historia-bregafunk-parte-1](https://www.vice.com/pt_br/article/vbxkk3/historia-bregafunk-parte-1). Acesso em: 01 de out. de 2018.

ALBUQUERQUE, GG. **Como o bregafunk deixou de ser um ritmo pra virar um movimento cultural**. Vice, 2018b. Disponível em: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/evqy3a/historia-bregafunk-parte-2](https://www.vice.com/pt_br/article/evqy3a/historia-bregafunk-parte-2). Acesso em: 01 de out. de 2018.

ALBUQUERQUE, GG. **O bregafunk agora quer dominar o Brasil**. Vice, 2018c. Disponível em: [https://www.vice.com/pt\\_br/article/a3awb5/historia-bregafunk-parte-3](https://www.vice.com/pt_br/article/a3awb5/historia-bregafunk-parte-3). Acesso em: 01 de out. de 2018.

Cambridge Dictionary. **The mass media**. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/mass-media>. Acesso em: 01 de abr. de 2019.

FREEPIK. Óculos de Sol. Disponível em: [https://br.freepik.com/vetores-gratis/conjunto-de-oculos-de-solhipster\\_5971246.htm#page=1&query=oculos%20de%20sol&position=7#position=7&page=1&query=oculos%20de%20sol](https://br.freepik.com/vetores-gratis/conjunto-de-oculos-de-solhipster_5971246.htm#page=1&query=oculos%20de%20sol&position=7#position=7&page=1&query=oculos%20de%20sol). Acesso em: 20 de nov. de 2019.

FREEPIK. Cadeira. Disponível em:

[https://br.freepik.com/vetores-gratis/ilustracao-de-poltrona-vintage\\_4062878.htm#page=1&query=cadeira%20sketch&position=37](https://br.freepik.com/vetores-gratis/ilustracao-de-poltrona-vintage_4062878.htm#page=1&query=cadeira%20sketch&position=37). Acesso em: 20 de nov. de 2019.

LETRAS. **Machucando o Coleguinha** - MC Cego Abusado. Disponível em:

<https://www.letras.mus.br/mc-cego-abusado/machucando-o-coleguinha/>.

Acesso em: 08 de out. de 2019.

LETRAS. **Poderosa** – MC Sheldon e Boco. Disponível em:

<https://www.letras.mus.br/mc-troia/ta-pegando-fogo/>. Acesso em: 08 de out. de 2019.

LETRAS. **Posição da Rã** - Mc Cego. Disponível em:

<https://www.letras.mus.br/mc-cego/1764919/>. Acesso em: 08 de out. de 2019.

LETRAS. **Preta (Preta do cabelo cacheado)** - MC Roginho part. TH CDM.

Disponível em: <https://www.letras.mus.br/mc-roginho/preta-part-th-cdm/>.

Acesso em: 08 de out. de 2019.

LETRAS. **Que Brabinha Boy** - Mc Matheus part. Danilo & Leo. Disponível em:

<https://www.letras.mus.br/mc-matheus/que-brabinha-boy/>. Acesso em: 08 de out. de 2019.

LETRAS. **Ta Pegando Fogo** - MC Troia. Disponível em:

<https://www.letras.mus.br/mc-troia/ta-pegando-fogo/>. Acesso em: 08 de out. de 2019.

MARIAMA CORREIA. **Passinho**: racismo policial reprime encontros e já fez a primeira vítima. Marco Zero. Disponível em:

<http://marcozero.org/racismo-policial-reprime-encontros-de-passinho-e-ja-fez-a-primeira-vitima/>. Acesso em: 20 de jun. de 2019.

SOM13. **Tô Topando Tudo** - Mc Metal E Cego. Disponível em:

<https://som13.com.br/mc-metal-e-cego/to-topando-tudo>. Acesso em: 08 de out. de 2019

VAGALUME. **Revoltada** - Mc Dada Boladão. Disponível em:

<https://www.vagalume.com.br/mc-dada-boladao/revoltada.html>. Acesso em: 08 de out. de 2019.

## APÊNDICE A – Cartaz 1



WATCH NOW

**AQUI NÃO ROLA  
COVARIDA  
NÓS CONSIDERA  
OS IRMÃO  
MAS TÁ TOMANDO  
DE ASSALTO  
AS NOVIMHAS  
DO ALEMÃO**

# BREGAFUNK



**QUE BRABINHA BOY –  
MC MATHEUS PART. DANILO & LEO  
(2015)**

## APÊNDICE B – Cartaz 2

BREGAFUNK

Quando ela chega, para o baile  
 De vestidinho da Ed Hardy  
 Ela é tipo panicat,  
 destaque na capa da Sexy  
 Poderosa, maravilhosa  
 Onde passa incomoda

No pulso Alt Blade  
 Ouro 18 quilates  
 Tem Armani, Black Bulgo  
 O perfume é o 212  
 Tem batom, tem maquiagem  
 Só pra retocar no baile,  
 só pra retocar a imagem

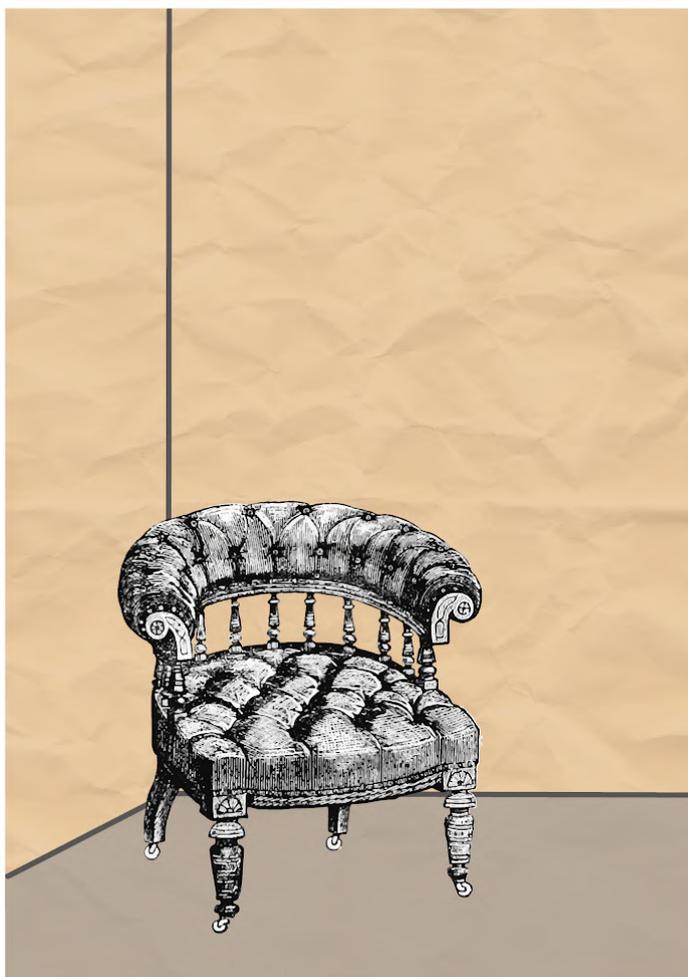
PODEROSA –  
 MC SHELDON E BOCO  
 (2014)



WATCH NOW

## APÊNDICE C – Cartaz 3

BREGAFUNK

**ENTÃO  
SENTA**

---

**SENTA E CONCENTRA | EXPERIMENTA | REMEXE GOSTOSO QUE OPAI TE ARREBENTA |  
VEM CÁ FOGUENTA | EMPINA E SENTA | BEM DEVAGARINHO**

---

**REVOLTADA –  
MC DADA BOLADÃO  
(2016)**



**WATCH NOW**

## APÊNDICE D – Cartaz 4

**BREGAFUNK**

ESSE BREGA TÁ UMA MASSA TÁ PEGANDO FOGO . PEGA CERVEJA  
QUE HOJE EU QUERO FICAR DOIDO . ESSE BREGA TÁ UMA MASSA  
TÁ PEGANDO FOGO . É NESSE BREGA QUE EU VOU DESANDAR DE  
NOVO . OH JÁ DEU MEIA NOITE E MEIA HORA DO BONDE DESCER .  
TÔ ARRUMADO JÁ TÔ PRONTO PRA BEBER, PEGA CERVEJA . PEGA  
WHISK QUE HOJE EU QUERO FICAR DOIDO . PODE DÁ DERRAME  
QUE O MALOTE TÁ NO BOLSO



**ostentação**  
é o nosso bonde  
e onde chega é só  
**riqueza**

TÁ PEGANDO FOGO –  
MC TROIA  
(2013)



WATCH NOW

## APÊNDICE E – Cartaz 5

ENVOLVIMENTO –  
MC LOMA E AS GÊMEAS LACRAÇÃO  
(2018)

**BREGAFUNK**

# ENVOLVIMENTO DIFERENTE

**EU ENSINO  
A VOCÊS**



WATCH NOW

**ANEXO A – (letra completa)****Tô Topando Tudo<sup>41</sup>****Mc Metal E Cego**

" Olha mim diz ai novinha o que você vai querer  
que hoje eu tô topando tudo e pronto pra se livre ver

Ta querendo o que novinha ?

Ta querendo o que ?

Quero fazer amor até o dia amanhecer " ( 2 vezes )

Mais hoje eu tô topando tudo to solteiro tô doideira  
avisa pra novinha que hoje tem bagaçeira

O quarto espelhado do jeito que agente quer  
ta todo mundo bebo  
e tem rodizio de mulher

Olha não pode ter ciume que aqui é tudo amiga o lance é o lance  
não confunda que da briga ,  
vei ter pra todo mundo ninguem se desespera  
se não de o que eu quero eu vou passa na cara dela

" Olha mim diz ai novinha o que você vai querer  
que hoje eu tô topando tudo e pronto pra se livre ver

Ta querendo o que novinha ?

Ta querendo o que ?

Quero fazer amor até o dia amanhecer " ( 2 vezes )

" Olha mim diz ai novinha o que você vai querer  
que hoje eu tô topando tudo e pronto pra se livre ver

Ta querendo o que novinha ?

Ta querendo o que ?

Quero fazer amor até o dia amanhecer " ( 2 vezes )

Mais hoje eu tô topando tudo to solteiro tô doideira  
avisa pra novinha que hoje tem bagaçeira

---

<sup>41</sup> Letra disponível em: <https://som13.com.br/mc-metal-e-cego/to-topando-tudo>. Acesso em 08 de out. de 2019.

O quarto espelhado do jeito que agente quer  
ta todo mundo bebo  
e tem rodizio de mulher

Olha não pode ter ciume que aqui é tudo amiga o lançe é o lançe  
não confunda que da briga ,  
vei ter pra todo mundo ninguem se desespera  
se não de o que eu quero eu vou passa na cara dela

" Olha mim diz ai novinha o que você vai querer  
que hoje eu tô topando tudo e pronto pra se livre ver

Ta querendo o que novinha ?  
Ta querendo o que ?  
Quero fazer amor até o dia amanhecer " ( 2 vezes )

## ANEXO B – (letra completa)

### Ta Pegando Fogo<sup>42</sup>

**MC Troia**

Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
 Pega cerveja que hoje eu quero ficar doido  
 Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
 É nesse brega que eu vou desandar de novo  
 Oh já deu meia noite e meia hora do bonde descer  
 Tô arrumado já tô pronto pra beber, pega cerveja  
 Pega whisk que hoje eu quero ficar doido  
 Pode dá derrame que o malote tá no bolso  
 Ostentação é nosso bonde e onde chega é só riqueza  
 Olha as mulheres viajando na minha mesa!  
 Hoje eu tô pagando tudo e eu não quero nem saber  
 Pode se chegar na mesa e começar a beber  
 Que eu já tô louco!  
 Elas tão doidinha tão perdendo a linha já tá tudo  
 Bebinha a mesa cheia de novinha  
 Elas tão doidinha tão perdendo a linha já tá tudo  
 Bebinha a mesa cheia de novinha  
 Olha o bagui já pegou fogo aí que fica tudo beba  
 Trás mais cinco johnnie walker e cinco balde de cerveja  
 E pros guerreiros da favela pode vim fechar com nós  
 Quem tá falando é troinha o porta voz!  
 Eu sou patrão mesmo quero gastar e quem quer beber então  
 Pode me acompanhar sou favelado vida louca e moro na comunidade  
 E os invejosos pode criticar a vontade  
 Que eu sou patrão mesmo quero gastar e quem quer beber então  
 Pode me acompanhar sou favelado vida louca e moro na comunidade  
 E os invejosos pode criticar a vontade.  
 Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
 Pega cerveja que hoje eu quero ficar doido  
 Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
 É nesse brega que eu vou desandar de novo  
 Esse brega tá uma massa tá pegando fogo

<sup>42</sup> Letra disponível em: <https://www.letras.mus.br/mc-troia/ta-pegando-fogo/>. Acesso em 08 de out. de 2019.

Pega cerveja que hoje eu quero ficar doido  
Esse brega tá uma massa tá pegando fogo  
Pega cerveja que hoje eu quero ficar doido.

(Repete tudo de cabeça)

## ANEXO C – (letra completa)

### **Poderosa**<sup>43</sup>

#### **Mc Sheldon**

Quando ela chega, para o baile  
 De vestidinho da Ed Hardy  
 Ela é tipo panicat, destaque na capa da Sexy  
 Poderosa, maravilhosa  
 Onde passa incomoda  
 Onde passa incomoda

Enjoada, da mente blindada  
 Só bebe tequila e Chandon na taça  
 Essa mina é chapa quente, é bandida experiente  
 Entra em cena, rouba a cena  
 No Camaro ela acena, no Camaro ela acena

Tem de galo, tem de cem  
 Pode chamar que eles vêm  
 Tá causando zum, zum, zum  
 Tá no giro de R1  
 Ela porta, ela forga  
 Só gosta de andar na moda, só gosta de andar na moda

No pulso Alt Blade  
 Ouro 18 quilates  
 Tem Armani, Black Bulgo  
 O perfume é o 212  
 Tem batom, tem maquiagem  
 Só pra retocar no baile, só pra retocar a imagem

Quando ela chega, para o baile  
 De vestidinho da Ed Hardy  
 Ela é tipo panicat, destaque na capa da Sexy  
 De tamanco ela sobe, ela desce, de tamanco ela sobe, ela desce  
 De tamanco ela sobe, ela desce, de tamanco ela sobe, ela desce

<sup>43</sup> Letra disponível em: <https://www.letras.mus.br/mc-sheldon/poderosa/>. Acesso em 08 de out. de 2019.

Poderosa, maravilhosa  
Onde passa incomoda  
Onde passa incomoda

Enjoada, da mente blindada  
Só bebi tequila e Chandon na taça  
Essa mina é chapa quente, é bandida experiente  
Entra em cena, rouba a cena  
No Camaro ela acena, no Camaro ela acena

Uh uuuhu ien ien ien ien, Polentinha!

Tem de galo, tem de cem  
Pode chama que eles vêm  
Tá causando zum, zum, zum  
Tá no giro de R1  
Ela porta, ela forga  
Só gosta de andar na moda, só gosta de andar na moda

No pulso Alt Blade  
Ouro 18 quilates  
Tem Armani, Black Bulgo  
O perfume é o 212  
Tem batom, tem maquiagem  
Só pra retocar no baile, só pra retocar a imagem

**ANEXO D – (letra completa)****Revoltada<sup>44</sup>****Mc Dada Boladão**

Hoje ela tá virada pela madrugada  
Com jeito de santa e de santa não tem nada  
Sempre preparada pra qualquer parada  
A traição do ex deixou ela revoltada

E bateu na minha casa, toda perfumada  
Falando que minha voz deixou ela excitada  
E então entra danada afoga essa mágoa  
Relaxa que essa noite é sequencia de pentada

Então senta, senta e concentra, experimenta  
Remexe gostoso que o pai te arrebenta  
Vem cá foguenta, empina e senta  
Bem devagarinho mostra que tu representa

Senta e concentra, experimenta  
Remexe gostoso que o pai te arrebenta  
Vem cá foguenta, empina e senta  
Bem devagarinho mostra que tu representa

---

<sup>44</sup> Letra disponível em: <https://www.vagalume.com.br/mc-dada-boladao/revoltada.html>. Acesso em 08 de out. de 2019.

**ANEXO E – (letra completa)****Machucando o Coleguinha<sup>45</sup>****MC Cego Abusado**

Uma Vez na cama eu disse tudo que eu sentia  
Depois de alguns minutos foi tudo na camisinha  
Aí tu botou fé né?  
Que eu representei, eu pedindo pra parar  
Você sentando de uma vez

Sentando com carinho  
Só na malicinha, calma, moção  
Tá machucando o coleguinha

Sentando com carinho  
Só na malicinha, calma, moção  
Tá machucando o coleguinha

Ela sentou de vez  
Pedi pra relaxar  
Eu relaxei, gostei

Ela sentou de vez  
Pedi pra relaxar  
Eu relaxei, gostei

Sentando com carinho  
Só na malicinha, calma, moção

<sup>45</sup> Letra disponível em: <https://www.letras.mus.br/mc-cego-abusado/machucando-o-coleguinha/>. Acesso em 08 de out. de 2019.

Tá machucando o coleguinha

Sentando com carinho

Só na malicinha, calma, moção

Tá machucando o coleguinha

É o rit da cidade tá ligado né pai?

É o cego abusado