



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

ROBSON MARTINS FERREIRA DE ARAUJO

**A NORDESTINIDADE REPRESENTADA NAS CAPAS DE ÁLBUNS DE FORRÓ:
uma análise de construções identitárias**

Caruaru
2023

ROBSON MARTINS FERREIRA DE ARAUJO

**A NORDESTINIDADE REPRESENTADA NAS CAPAS DE ÁLBUNS DE FORRÓ:
uma análise de construções identitárias**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de artigo científico, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientador(a): Profº. Dr. Daniela Nery Bracchi.

Caruaru

2023

A dona Maria de Fátima, minha mãe, por todo incentivo, sermão e apoio até aqui.
Obrigado por tanto, um cheiro.

AGRADECIMENTOS

Aos meus amigos e familiares, por me ouvirem, me apoiarem e compartilharem comigo os saberes e histórias de cada um, vocês todos foram de extrema importância nessa caminhada, um cheiro no coração de todos. Agradeço também em especial minha orientadora Daniela Bracchi pela escuta, conselhos e todo o conhecimento passado. Na Universidade Federal de Pernambuco pude aprender muito e compartilhar tanto, agradeço por tudo e todos que trilharam comigo essa jornada.

A nordestinidade representada nas capas de álbuns de forró: uma análise de construções identitárias

Northeasternity represented on forró album covers: an analysis of identity constructions

Robson Martins Ferreira de Araujo¹
Daniela Nery Bracchi²

RESUMO

O objeto deste artigo é discutir como os estereótipos consolidados no imaginário popular a respeito do nordestino se configuram nas capas de álbuns de bandas de forró. Para tanto, compreendemos primeiramente a ideia de nordestinidade, entendendo este território como um espaço em movimento. As imagens são analisadas por meio da semiologia proposta por Barthes (2006), atentando-se aos signos presentes dentro dos discursos que esculpem a nordestinidade e a estética dessa região. O estudo termina por apontar os novos arranjos e configurações da ideia de cultura presentes nas imagens dos álbuns de forró, a partir de quatro personagens apreendidos a partir das capas. Perfaz-se assim, uma cartografia de possíveis identidades que evocam um Nordeste múltiplo.

Palavras-chave: forró, Nordeste, imagem, capas de álbuns, semiologia

ABSTRACT

The object of this article is to discuss how stereotypes consolidated in the popular imagination about the Northeastern are configured on the covers of albums by forró bands. To do so, we first understand the idea of northeasternity, understanding this territory as a space in motion. The images are analyzed through the semiology proposed by Barthes (2006), paying attention to the signs present within the discourses that sculpt the Northeasternity and the aesthetics of this region. The study ends by pointing out the new arrangements and configurations of the idea of culture present in the images of forró albums, based on four characters apprehended from the covers. This creates a cartography of possible identities that evoke a multiple Northeast.

Keywords: forró, Nordeste, image, album covers, semiology

¹Graduando em Design pela Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste – UFPE (CAA). E-mail: robsonmartins2k@gmail.com

²Profa. Dra. do Núcleo de Design e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: daniela.bracchi@ufpe.br

INTRODUÇÃO

O Nordeste é o berço de muitas tradições e lar de belezas naturais exuberantes. Todavia, é frequentemente representado com a mesma estética de mais de 100 anos atrás: um cenário desolado, miserável, inóspito e assolado pelas secas. Essas representações criam uma rede sólida de preconceitos institucionalizados no imaginário popular e difundidas no âmbito social através de veículos de mídia, artistas e personalidades que criam uma imagem estereotipada não apenas da região, como também da sua gente.

Para compreender o cenário, torna-se necessário debater sobre esses mecanismos de propagação. Sabe-se que há quem se beneficia de uma construção de tal imaginário e sobretudo pela forma como esses ataques inferem uma marca na imagem do nordestino.

Com a pós-modernidade foram surgindo outros contextos no âmbito social que produziram novas representações do homem do nordeste. Campos culturais, como o mercado da música, tiveram um importante papel principal na mudança dos modos de se perceber e compreender esse território.

Falar de música do nordeste e não falar de forró é impossível. O gênero surgiu entre as décadas de 1940 e 1950, popularizado pelo cantor Luiz Gonzaga, com a clássica formação das bandas de sanfona, zabumba e triângulo. O forró logo se tornou um ícone do sertanejo e teve papel principal na valorização da cultura e tradições.

Com o passar do tempo o gênero sofreu mudanças, mesmo sem abandonar o uso clássico da sanfona, contando agora com outros arranjos, o mesmo foi se modernizando e adotando novos instrumentos. Sendo dividido em sua abordagem tradicional como “forró pé de serra”, o legítimo gonzagueano, e o “forró eletrônico”, com um ritmo mais pop e usando outros instrumentos mais modernos nas composições, como o teclado eletrônico e a guitarra (TROTТА, 2008). O que por sua vez, acabou criando o cenário ideal para a diversidade e o surgimento de novas bandas dentro do ritmo já estabelecido. Essas bandas de forró com suas novas formações e arranjos fizeram grande sucesso de público e tornaram-se grande referência para o gênero.

Essa nova roupagem do forró teve um grande crescimento devido a presença de temas próximos do cotidiano de seus ouvintes, um valor menor dos discos e também músicas que retratavam uma nova realidade em suas letras. Nesse contexto, devemos considerar também um mercado fonográfico mais diversificado e o impulso dos festivais na região.

Grande parte das imagens nas capas de cd usavam a fotografia para tornar a imagem daquele grupo conhecido, ou seja, eram a principal ferramenta de marketing das bandas. Conforme explica Oliveira (2007), a imagem do grupo reflete na cultura como indivíduos pertencentes àquele grupo, tornando-se ainda mais forte quando eles são apresentados enquanto expoentes das tradições do grupo.

A respeito desses aspectos podemos indutivamente entender que as capas desses cds carregam fortes signos de assimilação da imagem do nordestino, construindo também um estereótipo da sua arte e cultura. Por conseguinte, materializa-se um arquétipo de valores, identidade e configuração étnica racial congruente com seu povo.

Torna-se então visível o papel do design, da fotografia, da escolha de elementos, simbologia e conhecimento na produção dessas mídias. Frequentemente as imagens das capas trazem figuras como as do sol escaldante e do povo alegre e disposto, ajudando a construir uma imagem que se entenda por Nordeste.

Essas ideias norteiam então o andamento deste artigo, no qual buscamos compreender como as capas de álbuns de forró, verdadeiros ícones da região Nordeste, ajudam a construir uma imagem de seu povo e adentram no imaginário, perpetuando preconceitos ou os ajustando de forma pretenciosa. Investigamos, portanto, a produção de novos arranjos de elementos de identificação dessa gente, figuras do cenário cultural regional que emergem dentro dos moldes da pós-modernidade.

1. METODOLOGIA

A metodologia trabalhada tem natureza bibliográfica, de caráter exploratório, tendo em vista que o assunto abordado se trata da análise e estudo sobre a construção visual da nordestinidade no contexto específico dos álbuns de forró. Para tal análise, recorre-se à semiologia de Barthes (2006), que nos ajudará a entender os signos e significados das obras, junto à análise semiótica das imagens paradas, de Gemma Penn (2007). Os estudos dessa autora abrem caminhos para entendermos a densidade de significado das capas de discos/mídias sonoras escolhidas.

As imagens escolhidas levaram em conta os álbuns de maior sucesso, segundo as métricas reunidas no aplicativo Spotify, o maior aplicativo de streaming de música no Brasil. Os critérios utilizados para a seleção dessas imagens consideram, ainda, a influência do artista frente ao gênero musical, o número de vendas das mídias sonoras e o reconhecimento do público.

2. SOBRE A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO IMAGÉTICO

O processo de significação é denso, sistêmico e fluido. Ele se move num mundo complexo, constantemente mudança, com reconfigurações sociais que agenciam novos significados (CARDOSO, 2011).

A forma como abordamos um determinado conteúdo e como o entendemos é, na comunicação, um processo de significação. Para dar sentido a uma mensagem é necessário recorrer ao nosso repertório intelectual ou cultural. Dessa forma, um signo é compreendido junto a um conhecimento prévio do emissor e receptor da mensagem, influenciado pela cultura e sociedade ao qual pertence.

A mensagem pode ser configurada por vários meios, incluindo o visual. Dentro da pós-modernidade, onde os veículos de informação e divulgação estão cada vez mais tecnológicos e acessíveis para o público, a imagem se torna uma das principais ferramentas para a comunicação social.

Barthes (2006) explica que os signos têm um papel vital de manutenção dentro da cultura, promovendo a sobrevivência e fortalecimento das tradições. O universo de imagens atua na construção das identidades e pode ser compreendido a partir de três níveis de análise da mensagem comunicacional: o denotativo, conotativo e mítico.

No nível denotativo, a mensagem é decifrada em vários componentes pertinentes à descrição dos elementos daquela fala, imagem ou escrita. Sob esse

aspecto podemos entender que ele é o nível mais básico de significado que busca dividir e organizar as informações para melhor compreensão.

Já no nível conotativo e mítico temos a residência do significado, ou seja são neles que se promovem o discurso, onde para entender a mensagem é preciso uma maior carga cultural e acesso a um determinado conhecimento, próprios do emissor daquela mensagem e inerentes ao contexto, à cultura e à área do conhecimento daquele significante.

Na dimensão do mito acontece o que para Barthes (2006) é o maior desafio do semiólogo: decifrar um signo ou conjunto, onde um signo consagrado na cultura e no âmbito social se mistura intrinsecamente com as tradições, folclore e cultura. Isso cria uma ideia viva quase inseparável da imagem dos próprios indivíduos sob uma ótica antropológica. Como explica (ALVES; AGUIAR; ARAUJO, 2022) essa consagração é sobretudo um produto da comunicação dentro de uma cultura na qual se escolhe um signo para ser seu legítimo representante.

Quando um signo é amplamente difundido e tem ligação direta e instantânea com o significado da mensagem, ele é conhecido como ícone. Um pictograma é um bom exemplo disso, onde a forma ilustrada é instantaneamente entendida e outro exemplo até mais direto é a fotografia.

A captura de uma fotografia é configurada e pensada para relatar um contexto de forma precisa, com elementos e um enquadramento que denota uma fração da realidade naquele momento. É o ícone mais direto em relação aos signos, de modo que esta arte se caracteriza como um arranjo e recorte de elementos no cenário, ou ainda um agrupamento de signos.

O efeito da realidade ligado à imagem fotográfica foi o princípio atribuído à semelhança existente entre a foto e seu referente. De início, a fotografia só é percebida pelo olhar ingênuo como um “analogon” objetivo do real, quando ela parece mimética por essência. A foto é concebida como espelho do mundo (OLIVEIRA, 1999, p. 73).

A fotografia como agrupamento de signos funciona muito bem para propagar uma mensagem ou ideia, sendo assim é bastante utilizada por grandes veículos de mídia e divulgação. Por exemplo, para transmitir o cenário da seca no Nordeste brasileiro e explicitar sobre a forma como vivem os nordestinos, ela teve um papel fundamental na difusão dessa ideia junto aos veículos de mídia e reportagem brasileira no início do séc. XX

Contudo, a captura de imagens não é inocente ou de forma alguma ingênua. Levando em consideração o que foi citado, a escolha dos elementos em cena parte do fotógrafo e delimita o espaço e contexto daquela verdade entendida como o “mundo” (OLIVEIRA, 1999). Na imagem se agrega a escolha arbitrária, além de interesses e subjetividades, e por isso, cabe dizer que a captura das imagens e representações visuais do Nordeste, como conhecemos hoje, partiu de uma artimanha dos discursos e veículos de mídia da época. Remontando o espaço como filho da miséria, desolado e longínquo de qualquer aspecto de dignidade (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011).

3. NORDESTE, NASCIDO E CRIADO

O Nordeste para muito além de um espaço físico é também um “lugar inventando” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011). O autor Durval Muniz parte de uma

linha onde o espaço não é inerente ao local onde está situado, mas configurado também no campo imagético. Torna-se, então, um local de discussão a respeito das relações histórico sócio-culturais das pessoas que ali residem.

O Nordeste teve seu retrato formalizado e institucionalizado a dois séculos atrás, sendo conhecido pelo clima semi árido, de calor intenso e mais afastado dos pólos econômicos. Era vista, assim, como uma região atrasada economicamente e socialmente, ainda muito sustentada pela pecuária e até mesmo deficitária sob a ótica tecnológica dos grandes centros urbanos.

A iconografia e a fotografia foram amplamente usadas pelas propagandas da época para categorizar o homem do Nordeste, uma vez que eram textos visuais com forte poder de assimilação e propensos a serem tomados como verdadeiros. A região foi sendo constantemente representada como cenário de uma vida miserável, com o clima mais difícil de se habitar no Brasil, cenário de fortes secas nas quais a terra castigava as pessoas em condições inóspitas de desenvolvimento.

Era a premissa de uma região atrasada, selvagem e desolada, onde muitas vezes, para sobreviver, recorria-se a grandes viagens de um lugar a outro em busca de condições melhores de subsistência.

A construção da imagem do sertanejo se deu então como um espelho da imagem de sua terra, como pertencente àquele contexto. O indivíduo se mostrou como um “ícone vivo” da região, um miserável por destino. Alguns autores e artistas passaram a ilustrar essa cena e trouxeram para o imaginário popular essa configuração. Por exemplo, Graciliano Ramos (1892-1953) expôs a desolação, o cenário quase apocalíptico e abandono dessas pessoas naquela região de desgraça em sua obra de grande repercussão nacional, *Vidas Secas*. Encontramos ressonância dessa representação literária na pintura de Cândido Portinari *Os Retirantes* fortemente influenciada pela obra de Graciliano e de outros autores, assim como pelos jornais e folhetins da época.

Figura 1 - Pintura de Cândido Portinari, *Os retirantes*(1944).



Fonte: Acervo do Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.

Almeida (2015) nos conta que uma das principais causas da forte difusão e criação deste Nordeste como lugar atrasado e inóspito foi em virtude das imagens ilustradas que seguiam um caminho completamente oposto do que se queria construir como “o ideal nacional” entre os anos da grande seca de 1877.

A cobertura da seca e da região acontece no contraponto de todas as outras imagens, pois até então muitos jornais e livros de geografia da época ilustravam um

Nordeste igual a todas as outras localidades, com cachoeiras, belezas naturais etc. Tem-se início a construção de uma imagem mais fidedigna da situação, uma fotografia da realidade daquele contexto regional.

Cabe dizer que essa foi uma tentativa de padronização do cenário nacional, homogeneizando não apenas a fauna e a flora, mas sim o próprio imaginário, delimitando o espaço que cabia ao Nordeste. Nesse momento ainda não se pensava em uma regionalização, o país era um produto único e esculpido pelos veículos de mídia. No entanto, agora, pela primeira vez, começa a se mostrar a miséria escancarada, o desamparo e negligência social frente aquela catástrofe. “A imagem é utilizada para apresentar aos leitores a seca como fato, em toda a sua dramaticidade” (ALMEIDA, 2015, p. 31).

O Nordeste e o nordestino não foram apenas martirizados pelas secas e falta de chuvas, aspectos geográficos, mas também sob preconceitos concebidos ainda na ótica de um Brasil velho.

A construção das identidades no Brasil carrega uma característica histórica de não aceitação das diversidades de vozes e culturas, a dificuldade de reconhecer o outro em si mesmo. Dessa maneira, propaga-se com muita frequência uma imagem de superioridade de uma região sobre a outra (TAMANINI, 2019, p. 325).

Paralelo a estas conjecturas na região, passa a se instaurar também no âmbito social movimentos organizados, como por exemplo o cangaço, que viria depois a ser considerado pela esquerda intelectual como um movimento de revolta e rebelião aos martírios e abuso de poder do estado. Tal movimento nasce por reflexo à violência velada, configurando-se como um movimento de revolta de grupos armados frente aos poderes constituintes. Vale pontuar também a relação com os coronéis da época que exerciam tremendo poder na região.

Dessa forma se constrói para o homem sertanejo a imagem da virilidade, crueldade e selvageria desenfreada. O cangaço foi encabeçado por nomes notórios como Lampião, Corisco e Zé Sereno, inimigos do estado e criminosos procurados. Os indivíduos se organizavam em bandos que atuavam em regiões específicas do sertão, dando ao nordestino novamente a carapuça de incivilizado e selvagem, pelo seu *modus operandi* de grande violência e quebra de leis.

Sendo assim, o Nordeste enquanto filho da seca, conceito dado por Durval (2011) para enfatizar não apenas as condições climáticas, mas também o estado de abandono e descaso, e da penúria se torna o berço de mitos e signos reforçado por pré-conceitos e constituídos nesse imaginário popular diverso entre miséria, fome, sofrimento, secas e atraso. Esses mitos enquanto histórias que permeiam fortemente na cultura popular e como marcadores identitários vão se desdobrando como retratos também do seu povo, ou seja, são filhos inseparáveis de sua mãe: a tradição (ALVES; AGUIAR; ARAUJO, 2022, p. 15).

Com o surgimento do movimento regionalista, encabeçado pelo historiador e escritor Gilberto Freyre (1900 - 1987), busca-se um rompimento com a ideia de que a cultura nordestina não estava associada à qualidade notória alguma. Essa revalorização pregava um ideal de identidade associada à forte tradição e amparo na memória, sendo os espaços dos engenhos de cana de açúcar a temática principal dessas obras.

As obras regionalistas passam a retomar a imagem do Nordeste, ainda que de forma saudosa, no mesmo cenário de desolação das secas. Entre algumas obras

famosas que fizeram parte disto temos *O Quinze* de Raquel de Queirós (1930), *Vidas secas* de Graciliano Ramos (1938), *Os sertões* de Euclides da Cunha (1902), ou mesmo os que não foram produzidos na época, mas que seguem essa tradição como *O auto da compadecida* de Ariano Suassuna (1955) e *Grande sertão veredas* (1956) de Guimarães Rosa.

O grande problema desse movimento junto à sociologia freyreana é que esse processo de valorização junto a essas raízes são oriundas de um lugar de flagelos. Sendo assim, elas apoiam o mesmo discurso que de certa forma tentam negar. Mesmo que apontando para outro caminho, continuam a reproduzir o Nordeste como um local desolado e miserável, como fala Moreira (2018).

O discurso regionalista contribui para a produção de obras com um forte apego à tradição e à cultura. Todavia, não serve como contraponto ao mecanismo de nacionalização que sucateia as regiões e as isolam e criam no imaginário o espaço estático ao qual foram designadas, longe do novo e moderno. Sendo assim, priva de qualquer futuro essas produções criando uma lógica saudosista, tornando-se um espaço infértil à novas produções e desdobramentos. “Longe de constituir uma ruptura com esta dizibilidade, suas críticas são apenas deslocamentos no interior do próprio campo do regionalismo” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011, p. 39).

Contudo, a cultura nordestina se mostra complexa, mesmo sendo vendida de modo carregado de preconceitos e associada à imagem selvagem, caótica e de miséria. O drama maior, para além do estigma de um espaço desprovido da “vida”, é a formação de um ponto cíclico onde esses grandes postos e mesmo as secas são repetidas pela história, tornando a imagem então um produto inevitável das ações do tempo. O que confere não apenas a autoridade aos discursos que martirizam o povo nordestino, mas também faz aos mesmos os papéis de aceitarem esse “destino”. Pois, enquanto se busca esse apego ao “Nordeste de verdade” assume-se o discurso dos desenvolvidos e superiores, vestindo uma identidade imposta.

Para Oliveira (2007), essas relações têm um cunho arbitrário onde outros grupos e regiões brigam dentro do território para sobrepor sua imagem sobre o outro, fortalecendo a identidade através da segregação pela ideia de regional. A ideia de Nordeste que foi sendo construída definia a região como o lugar do atraso, do rural, e do passado que resiste às mudanças. Ao mesmo tempo, como contraponto, constrói-se a imagem do Sul como espaço do progresso, da indústria, do futuro (OLIVEIRA, 2007, p. 3).

Sob os mecanismos de segregação e produção de discursos que institucionalizaram os preconceitos, o Nordeste foi inventado de maneira a construir a identidade de uma região desolada e selvagem. O homem nordestino foi visto como reflexo e espelho do contexto em que vive, tornando-se o ícone do atraso, brutalidade e incivilidade.

Todas essas mensagens propagadas pelos veículos de comunicação culminaram por sua vez no movimento regionalista, que buscou fortalecer a identidade do nordestino através do apego às tradições e de um “Nordeste de verdade” saudoso no imaginário popular e diretamente ligado à época dos engenhos, fortes secas, coronéis e figuras heróicas para um povo negligenciado.

Segundo Albuquerque Júnior (2011), o movimento acabou por fazer a manutenção do discurso, ainda que tenha partido de um ponto crucial de mudança: a necessidade de uma revolução da imagem e do valor da cultura nordestina.

4. É “FORRÓ” E CABOU-SE

A musicalidade no Nordeste é intrínseca ao dia a dia, ao cotidiano e à vida. Muitos estilos e gêneros musicais nasceram desses arranjos e se propagaram e perpetuaram dentro do imaginário do povo nordestino. É justo mencionar o coco, xaxado, martelo agalopado, samba de roda, baião, xote, frevo, axé e forró como destaques. Dentre todos esses gêneros e subgêneros, trataremos nesse artigo sobre o forró e suas vertentes.

É dito que o forró surgiu em meados da década de 40, sendo popularizado alguns anos depois, com o surgimento de Luiz Gonzaga (1912 - 1989), que tornou o gênero um sucesso e ajudou a difundir-lo e defendê-lo por toda sua longa e próspera carreira, sendo anos depois coroado “Rei do Baião”. Luiz Gonzaga foi também um dos atores a defender com unhas e dentes o Nordeste, buscando também trazer um aspecto que viria a ser fundamental para a transformação no imaginário popular, ao qual havia sido privado anteriormente: a “afetividade”.

A afetividade nesse caso se difere da lógica regionalista em Freyre (1999). Temos um apego ao cenário do presente, não se é evocado um saudosismo de um Nordeste verdadeiro, espaço que possa carregar sentimento, e sim a referência a um contexto do presente na produção de signos e ícones.

Imaginado a partir de referenciais urbanos, o sertão do repertório do forró encontra-se eternamente distante no tempo e no espaço. Sua tensão emotiva reside basicamente na dicotomia entre o aqui do cantador e o lá do ambiente idealizado nas canções (TROTTA, 2008, p. 4).

Existem muitas histórias sobre o surgimento da palavra forró, uma das mais difundidas é que se deriva de forrobodó, onde por convenção e por se tratar do espaço em que se fazia a festa, assumiu-se então diminuir a palavra e chamar por forró o gênero da música presente nesses ambientes. Uma das evidências que tratam disso é, como bem cita Moreira (2018), uma composição de Luiz Gonzaga. O rei do baião gravou *Forró em manevito* em um dos seus discos em 1939, sendo um sucesso de vendas para o gênero que vinha, vertiginosamente, em ascensão.

Segundo Trotta (2008), a força dos arranjos e combinações desse gênero ajudaram a conceber sua identidade. Torna-se praticamente impossível desassociar completamente a clássica formação inaugural, popularizada por Luiz Gonzaga, da sanfona, zabumba e triângulo do imaginário popular. Criou-se então uma imagem única para o gênero, consequentemente, associando o sertão aos instrumentos, ao forró e ao nordestino.

O forró se torna então um ícone da cultura e do povo nordestino. Para além disso, adentra nas tradições de modo inseparável, presente nas celebridades de São João, como parte vital da festa. O forró é o ícone máximo dessa cultura, consagrando-se no imaginário popular como vertente legítima da identidade do homem sertanejo.

Este gênero musical é um dos principais responsáveis por quebrar a imagem estática do sertão, onde se configurava antes a miséria e desolação. Evoca-se um sentimento de saudade, o que antes era impensável. Na musicalidade de Luiz Gonzaga, pensa-se agora com afeto e grande apego, contemplando o que o regionalismo de Freyre também teria tentado construir. Nas palavras de Vieira (2000, p. 90): “Saindo do sertão para a cidade, reinventa um sertão pé-de-serra, um sertão-lembrança, um sertão cartão-postal, um sertão-paraíso. Um sertão agora visto pelos olhos de quem partiu, mirou a cidade e mergulhou num mundo maior”. Sendo antes demonizado e martirizado, o Nordeste é proclamado agora por aqueles

que saíram da região como um espaço de saudade, indo em contraponto direto a todas as campanhas que o configuram como paupérrimo, mísero e selvagem. É uma extensão do coração nordestino, que sofre longe de sua terra.

4.1 O FORRÓ ELETRÔNICO E NOVOS ARRANJOS

O forró eletrônico passa a tomar forma no final da década de 1990 influenciado por outros ritmos musicais, como o gênero pop e sertanejo, e acaba por aderir em suas composições instrumentos mais modernos. Estes, por sua vez, trazem uma nova roupagem pro estilo, quebrando a formação clássica de zabumba, triângulo e sanfona. Porém, engana-se quem pensa que este foi o “x” da mudança.

O empresário Emanuel Gurgel foi o principal agente por trás do começo do surgimento desse novo estilo, sendo responsável por lançar grandes bandas de sucesso. A princípio, Gurgel buscava um estilo que fosse moderno, urbano, progressista que ia de encontro ao tradicionalismo do forró, situado em um espaço urbano e focado principalmente no público mais jovem que já não se ligava tanto àquele ritmo (TROTТА, 2008).

Cabe citar, segundo Trotta (2008), que o padrão midiático foi um dos pontos-chaves para a reconfiguração desse estilo, passando a ser influenciado por uma dinâmica performática de luzes e brilhos dos shows de auditório da época. O autor também cita a presença da performance feminina como um atrativo para os grupos, com cunho e apelo sexual nas coreografias.

Seguindo os novos arranjos, diversas bandas se criaram e popularizaram sob a tutela de Gurgel, ajudando a popularizar o gênero, além de levar uma nova imagem da música produzida na região às mídias nacionais. Nesse contexto, temos como bandas mais famosas: *Mastruz com leite*, *Calcinha preta*, *Cavaleiros do forró*, *Brucelose*, *Aviões do forró* e *Saia rodada*.

Vale ressaltar que um dos principais motivos do crescimento exponencial do gênero foi a abordagem orgânica e visionária de Emanuel Gurgel. Se torna impossível perceber a relação do forró nas mídias hoje sem citar os esforços do mesmo. Parte da razão de comercialização do gênero nasce pela abordagem de englobar todas as etapas de produção.

A *Somzoom*, empresa de Gurgel, administrava 11 das principais bandas do segmento. Com investimentos milionários, ele construiu um estúdio de gravação, gravadora e editora, trazendo do estado de São Paulo materiais e técnicos exclusivos para a produção em Fortaleza/CE (SARMENTO, 2020). O maior destaque sem dúvidas cabe a criação de uma rádio de transmissão com mais de 100 afiliadas, tendo em vista a dificuldade que encontrava para divulgar as músicas em outras rádios fora do período junino. De acordo com Gurgel, em entrevista ao portal G1, "Tudo que foi de ousadia, nós fizemos para o forró dar certo" (SARMENTO, 2020).

Levando em consideração os aspectos citados anteriormente, o forró eletrônico se caracteriza por um distanciamento da abordagem tradicional com novos instrumentos, performances e modelos de comercialização. Ocorre a busca pela modernização e uma identificação popular pelos novos arranjos, em decorrência da mudança do entendimento social dos indivíduos pertencentes às classes sociais C, D e E no Nordeste. Dessa forma, cabe interpretar que a mudança de mercado está diretamente ligada a mudança do público consumidor e da percepção e recepção dos indivíduos à música.

Podemos notar que, na abordagem anterior, as músicas eram tocadas nas rádios e divulgadas com o intuito das vendas dos CDs. Já com o trabalho de Gurgel e os novos arranjos, agora se busca levar às pessoas aos shows, criando uma identificação e apelo à experiência do “ao vivo” (TROTТА, 2009). Dessa forma, entendemos o gênero como diretamente ligado à questões de identificação cultural e regional, onde se criavam palcos para tornar essa experiência a mais memorável possível e parte daquele convívio entre as classes.

“Enquanto nas grandes gravadoras transnacionais a divulgação em rádio tem como objetivo a venda de discos, que são os principais produtos dessas empresas, os produtores e empresários das bandas de forró elegeram os shows como produto básico de vendas. Isso significa que a divulgação comercial nas rádios está voltada para a atração de público para a experiência musical ao vivo, que passa a ser o eixo central de comercialização” (TROTТА, 2009, p. 104).

Nessa dimensão, entendemos a modernização do forró pelas ferramentas de comercialização, além obviamente do adendo de novos instrumentos e uma levada mais jovem ao ritmo. Durante esse processo, as bandas que surgiram agregaram uma nova cara ao ritmo, distanciando-se apenas o bastante do tradicional, e adentrando no campo pop. Esta é uma forma de expansão a novos públicos e produção de um estilo musical moderno, com uma roupagem mais jovem, trazendo uma nova forma de enxergar a identidade e cultura nordestina.

5. A PÓS-MODERNIDADE

No âmbito da pós-modernidade, os elementos tradicionais cedem espaço a novos ambientes e percebemos a dificuldade de permanência de grupos sociais que se vinculam às tradições culturais. Vemos, ainda, o processo de ressignificação de ícones tradicionais em uma cultura (BARTHES, 2006). Esse fenômeno se caracteriza por questões identitárias, na qual a cultura é diretamente ligada ao homem. Nesse sentido, podemos compreender que a produção cultural é a afirmação de um grupo enquanto sociedade. Por conseguinte, as manifestações culturais são a celebração da relação de um povo com suas tradições e laços históricos sociais. Entender esse processo é de suma importância para compreender o apego do nordestino a seu gênero mais tradicional de música popular, o forró.

Com o advento da pós-modernidade, várias ferramentas e instrumentos surgiram, tornando essa trama mais complexa. Ícones eternizados na cultura foram ressignificados, assim como a maneira pela qual os percebemos enquanto “tradicionais”. Como já citado anteriormente, signos são transformados à medida que a relação entre o homem e elementos identitários se entrelaçam com a cultura, num processo de simbiose por meio de eventos sociais que mudam a percepção sobre aquele tema (BARTHES, 2006).

Relacionando essas ideias com o ambiente estudado, temos o forró eletrônico. Com o surgimento de novas tecnologias na produção das músicas e uma mudança do público consumidor, o gênero sofreu uma mudança na sua imagem. Que por sua vez, passou a ser disseminada pelos grandes veículos de mídia que acompanhavam e nutriam essa mudança.

Durante essa dinâmica entre as produtoras, ouvintes do gênero, além da nova forma de comercialização, esse novo “forró” começou a se consolidar ainda mais frente a sua vertente mais tradicional.

Ademais, o movimento foi se expandindo de forma orgânica, aderindo a novos instrumentos e uma nova maneira de produzir música na última década. O forró eletrônico foi influenciado pelo sertanejo universitário e novas tecnologias de acesso e compartilhamento de músicas, até chegar no seu primo das vaquejadas: o piseiro.

O piseiro trouxe o gênero do forró novamente às paradas de sucesso, debutando no mercado fonográfico como um fenômeno sem precedentes. O ritmo nasce em paridade com o forró eletrônico abrangendo toda a região Nordeste, pois compartilha de suas raízes e remonta a um Nordeste verdadeiro, sem o padecer imposto pela mídia ou o regionalismo de misérias (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011).

Nesse aspecto, o piseiro se difere do forró eletrônico em suas letras e uso de instrumentos, onde o palco principal das canções volta a ser o sertão e as vaquejadas. Espaço desvinculado ao longo dos anos, muitas vezes para dar lugar à ostentação e letras focadas em uma sexualidade aflorada, ou a famosa “dor de corno”, o mal do século dentro do gênero.

O nome foi dado em referência ao âmbito social onde ocorre a festa, inclusive sendo este o motivo do nome. É uma relação de atribuição semântica semelhante à do “forróbodó”, pois o “piseiro” seria o local em que esse estilo de música é tocado. O nome traz à tona a importância do ambiente na identificação do gênero, tornando impossível a desvinculação do espaço imagético ao performático.

Nesse sentido, é primordial afirmar que na voz a palavra se enuncia como lembrança, memória que retoma em decorrência de um canto inicial. Dessa forma, retoma memórias através das canções em questão e da performance dos cantores, assim, a oralidade presente nas canções, retoma lugares, pessoas cotidianas não só da vida dos cantores, mas da cultura de um povo e de uma região (SILVA, 2021, p. 5).

Mas com esse paradoxo de valores e afetos como o gênero se mantém nos topos das paradas e ajuda a configurar uma nova imagem do Nordeste? Onde, quando e por quem os signos são transmutados e se dispersam nessa nova configuração social? A que fim serve essa mudança, como o homem nordestino é visto hoje, sob uma ótica direta em relação a sua produção artística?

Torna-se então necessário analisar o desenvolvimento dessa produção cultural, levando em conta a não inocência da influência da imagem do nordestino nas produções midiáticas e divulgação das suas produções, oriundos da transformação dos signos tradicionais. Em suma, a mudança no forró estampa uma mudança na imagem do nordestino e denuncia a transformação dos signos sociais e elementos identitários em virtude da pós-modernidade, indo contra o estigma do Nordeste enquanto uma região estática no espaço e imaginário popular.

Para investigar a construção da nordestinidade a partir das imagens de álbuns de forró, utilizamos como métrica os dados do aplicativo de streaming de música Spotify, o maior aplicativo do gênero, registrando cerca de 205 milhões de contas (O ESTADÃO, 2023). A justificativa da escolha dessa tecnologia se dá por sua influência no mercado. Analisaremos as capas dos discos de forró eletrônico, para entender a veiculação da imagem do gênero e relação da estética do Nordeste e do nordestino em suas produções ao longo dos anos. Além disso, examinamos os elementos e signos que as compõem, em busca de tentar decifrar a dimensão de significados nas obras e seu impacto cultural.

As imagens escolhidas para a análise foram as dos discos que mais fizeram sucesso dentro do gênero lançados nos anos de 2019, 2020, 2021 e 2022. Além

disso, contextualizamos seus intérpretes, dando um breve resumo sobre a carreira musical de cada um e utilizando da semiologia de Barthes para compreender os signos presentes nas imagens. Ao final, faremos referência ao nível mítico que essas imagens evocam.

6. ANÁLISES

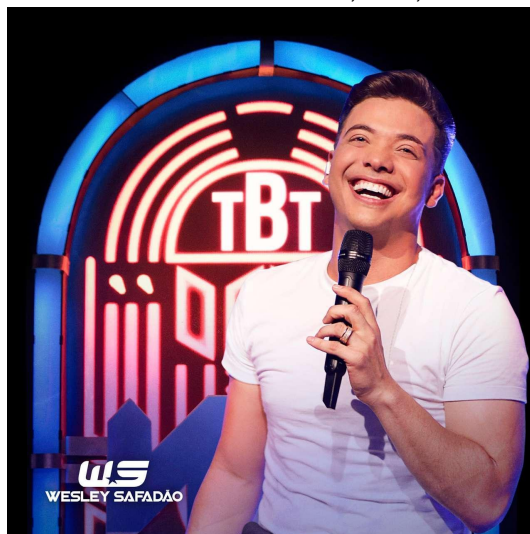
6.1 A NOSTALGIA

Iniciamos com o disco mais ouvido de forró eletrônico em 2019, o álbum *TBT* do cantor Wesley Safadão, traz grandes sucessos consagrados da carreira do cantor. Wesley Safadão é um dos maiores nomes do forró eletrônico, sendo hoje reconhecido como um gigante do cenário musical.

Com mais de 20 anos de carreira, o ex vocalista da banda *Garota Safada*, nasceu em Fortaleza/CE e se tornou um dos maiores expoentes e produtores do forró eletrônico, inovando e alavancando o gênero no cenário regional, mesclando com o sertanejo universitário e mais recente vem adentrando também no piseiro.

No álbum, Wesley Safadão diz que “busca contar um pouco da sua história e músicas que marcaram”. O álbum é junção de seus grandes sucessos que o tornaram um fenômeno na região Nordeste. Podemos citar algumas faixas que se destacam, por exemplo, *Tentativas em vão*, *Escravo do amor*, *Vou pagar pra ver e Pra você voltar pra mim*, que ajudaram a traçar a carreira de sucesso do artista.

Figura 2 - Capa do disco mais ouvido de 2019, *TBT*, do cantor Wesley Safadão.



Fonte: www.spotify.com

Na imagem ao fundo temos um *background* completamente preto, juntamente ao que parece ser uma *jukebox*, com as luzes acesas em tons fortes de azul e variações em rosa na qual aparece o nome *TBT* em evidência. O cantor Wesley Safadão aparece ao lado direito, sendo enquadrado do dorso até a cabeça. Ele está sorridente, usa uma camisa branca e segura um microfone na mão esquerda.

Existe um contraste de tamanho entre o cantor e o que seria a *jukebox* ao fundo. Ele aparece sobrepujando o objeto, o que torna a escala mais perceptível. Na parte inferior da esquerda notamos que possivelmente se trata de um palco montado com esse design. A logomarca do artista aparece em branco absoluto, com um tamanho consideravelmente menor, composta apenas por tipografia com as iniciais e o nome do artista.

A *jukebox* evoca sentimentos de nostalgia, apontado pela ideia atrelada ao passado. As lembranças evocadas por esse objeto clássico da música indica a valorização da nostalgia e a ideia de criar um palco com o design deste objeto torna a nostalgia o palco principal da música, evocando o passado no show do cantor.

O nome do álbum, *TBT*, não foi escolhido aleatoriamente. A sigla faz referência à *hashtag* presente nas redes sociais comumente usadas em descrições de fotos dos usuários, que significa “throwback thursday”, podendo ser traduzido para “quinta-feira de lembranças”. Dessa forma, percebemos a evocação da saudade das músicas mais antigas pelo cantor.

O nome *TBT* ao centro da imagem toma o lugar de destaque ao lado da figura do cantor, que demonstra grande felicidade e alegria com um sorriso aberto. O uso de roupas simples, como a camiseta branca, evoca um sentido de sinceridade. Leva-se também em conta o fato de empunhar um microfone, ou seja, de ser aquele com uma mensagem a passar. Nesse caso, o álbum evoca a ideia de músicas antigas e o cantor busca trazer a mesma alegria e lembranças para os seus ouvintes. O azul e rosa são cores que conotam, respectivamente, segurança e conforto, de forma a apoiar a narrativa da nostalgia e saudades que o álbum propõe.

Seguindo a diagramação dos elementos dentro da imagem, temos uma divisão de terços, observando primeiro o título do álbum, em seguida a figura de Wesley e então sua logo, no canto inferior esquerdo. Dessa forma, a leitura ocidental alinha a ideia do *TBT* se tratar justamente das músicas consagradas do cantor, presentes no que entende como espaço da saudade, marcando uma carreira brilhante e vitoriosa dentro do forró, objeto de estudo deste artigo.

6.2 A OSTENTAÇÃO

Os *Barões da Pisadinha* é uma famosa dupla brasileira de forró e piseiro formada em 2015 na Bahia. É composta pelos músicos Rodrigo Barão e Felipe Barão. A dupla produziu inúmeros sucessos que repercutiram nacionalmente, como as faixas *Recairei*, *Já Que Me Ensinou a Beber* e *Tá Rocheda*, sucessos que alcançaram o topo dos aplicativos de streaming e rádios em todo o Brasil, durante o ano de 2020.

Ao longo de quase 8 anos de carreira a dupla, lançou diversos sucessos que ajudaram não apenas a obterem grande fama na região Norte e Nordeste, como também, a divulgar e ajudar a popularizar o forró, em especial o forró eletrônico e o piseiro. É válido pontuar que após o lançamento do álbum *Batom de ouro*, o piseiro explodiu em popularidade, principalmente com o público mais jovem e as faixas da dupla repercutiram fortemente nas redes sociais, trazendo ainda mais reconhecimento aos Barões.

Com o tema das vaquejadas, bebedeira e ostentação, os barões ajudaram a popularizar o novo estilo emergente, o piseiro começa a ocupar as paradas de sucesso em diversos estados do Brasil, e traz a tona uma nova realidade e contexto da produção cultural oriunda do Nordeste para as outras regiões, destronando a hegemonia do sul e sudeste no topo das paradas com o sertanejo universitário.

Figura 3 - Capa do disco mais ouvido de 2020, “Batom de Ouro”, da dupla Barões da Pisadinha.



Fonte: www.spotify.com

Em primeira instância temos a dupla de cantores do álbum. Ambos estão sorrindo, usam roupas pretas e fazem sinais com a mão. Um deles apontando para cima mostrando seu relógio de ouro, em contraste com a camisa e o boné preto. O contraste em preto e amarelo se torna muito frequente em toda a composição.

Ao fundo da imagem temos diversas ilustrações, como cédulas de dinheiro (dólares), texturas de losangos, garrafas, feixes de luz, microfones de ouro e caixas de sons, além de outros elementos adicionados com opacidade baixa que são indescritíveis na imagem.

No canto inferior, a logomarca da banda ocupa cerca de um terço da imagem, centralizada. Ela é produzida de forma que a letra B que se assemelha a uma asa e há a substituição do “S” no final da palavra pelo símbolo universal do dinheiro, o cifrão, ou “\$”. Esta logomarca destaca-se visualmente pela cor amarela de textura brilhante, que nos remete ao ouro. O nome do álbum está em tamanho reduzido se comparado à logomarca e numa tipografia diversa, fazendo referência à escrita cursiva, porém com a mesma textura citada acima, trazendo a ideia de pertencimento.

A imagem do disco tem uma ideia central de luxo, mais especificamente de ostentação. Neste caso, os elementos todos em dourado trazem a ideia de riqueza e bens abundantes, onde os cantores não apenas “vivem” desse mundo, vide o relógio de ouro e a corrente no pescoço de um deles, mas também são representantes desse estilo.

Nesse aspecto, pontua-se que eles acabam propagando a ideia de que o forró também estaria, agora, diretamente inserido nesse mundo. Elevando os status sociais não apenas do gênero, mas também dos ouvintes. Isso fica explícito pelos signos ao fundo, com ligação direta sobre a música, ou seja, sobre tudo que engloba esse universo. O preto ajuda a tornar essa comparação ainda mais visível, onde se cria contraste e destaca os outros elementos dourados no centro das atenções.

A logomarca traz de volta essa ostentação, agora diretamente ligada a imagem deles, ou seja, faz parte intrínseca da sua identidade e da sua essência. O nome *Barões da Pisadinha*, é por si um sinônimo desse valor, “barões” significando nobreza e imponência e pisadinha remetendo a música que produzem, mas também conferindo status ao gênero como espaço de valor.

A textura dourada que torna ainda mais clara a ligação com o alto valor ou alto padrão, faz uma relação clara e objetiva da mensagem de grande riqueza a ser

transmitida, além de seus adereços como o símbolo do “\$” em sua composição. Por fim, o nome do álbum escrito à mão, sob a mesma textura, realiza a síntese de todos os elementos presentes no design, enquanto mídia gráfica. A ideia principal é mostrar a riqueza presente nesse estilo de música e a figura dos seus representantes.

6.3 O HOMEM SIMPLES DO INTERIOR

O cantor e compositor pernambucano, João Gomes, lançou em 2021 o álbum *Eu tenho a senha*, quebrando diversos recordes e marcando sua estreia nas paradas de sucesso. Como a mais nova promessa do gênero, o cantor vem conquistando cada vez mais ouvintes, principalmente entre o público mais jovem.

No álbum, a cultura de vaquejadas e o sertão nordestino são exaltados, a temática expõe o nordeste como espaço de valor e de grande apreço, um espaço de felicidade e animação. *Eu tenho a senha* assumiu a primeira colocação em diversas plataformas de streaming de música e a faixa *Meu pedaço de pecado* chegou no #33 no Spotify Global, posição mais alta de um lançamento brasileiro até então.

O eu lírico durante as composições é sempre representado enquanto entusiasta de sua cultura, romântico, carinhoso e apegado aos valores e festas tradicionais. Um grande expoente da vida “simples” do interior, agora expostas em suas tramas. Todavia, é exposta presente em um contexto social arrojado, participa dele novos arranjos, ainda que represente a tradição também denota um espaço vivo e produtivo, muito longe do distópico ao qual se habituou pensar na região.

Figura 4 - Capa do disco mais ouvido de 2021, “Eu tenho a senha”, do cantor João Gomes.



Fonte: www.spotify.com

Ao centro da imagem temos o cantor João Gomes, enquadrado do dorso para cima, com um sorriso aberto e o enfoque da iluminação em seu rosto. A paleta de cores é composta por tons terrosos e secos, entre o marrom e um azul profundo azulado. As principais texturas presentes na imagem são de uma madeira seca ao fundo, além da imagem do artista com uma opacidade menor ao seu lado esquerdo e o que seria um espaço vazio ao fundo na parte inferior junto de uma corda próximo às extremidades da imagem.

Cabe destacar as roupas de João Gomes, que usa um boné estampado na cor azul. O destaque principal fica em sua camisa vermelha junto à jaqueta jeans, no

mesmo tom do boné e da composição ao fundo. A logomarca do cantor é composta em uma tipografia sem serifa, em caixa alta e classificada como moderna, por suas experimentações no design. Além disso, temos as siglas de seu nome compondo o logotipo ao lado.

A imagem da capa busca passar a jovialidade, para isso se vale de um sorriso franco, de um rapaz simples. O sorriso assemelha carisma e felicidade, além disso seus trajes remetem às vestes tradicionais do homem sertanejo atual, com o uso de roupas jeans e boné. Lembramos, assim, da relação dos pólos têxteis em Pernambuco, local de nascimento do artista e grande produção dessas peças.

As roupas remetem também ao figurino do vaqueiro dos dias atuais, que utiliza roupas mais simples, compostas por tecidos mais baratos (fibras e jeans) e menos sofisticados, seguindo a moda entre os jovens do sexo masculino dessa idade e região. Em outras palavras, João Gomes é tipicamente um rapaz do Nordeste que se veste como todos os outros, podendo ser visto na esquina da sua casa ou numa capa de disco.

Essas ideias são reforçadas pelos signos no *background*, o fundo em madeira rústica e a corda velha na parte superior. Esses elementos trazem uma ideia de ruralidade e remetem ao cenário das vaquejadas e criação de gado. Os elementos escolhidos criam a identificação e apreço à cultura de vaquejadas. Esse é um movimento fortemente associado ao homem nordestino, além de espaço onde é tocado o gênero do álbum, o piseiro.

Ainda na logomarca, notamos que o fundo em madeira faz referência direta à ideia de uma placa com as iniciais do cantor, assemelhando-se à sinalização de sítios, fazendas e currais, que são espaços associados a vaquejadas. Desse modo, reforça-se a ideia de João Gomes ser pertencente a esse local tanto em sua identidade quanto em sua obra.

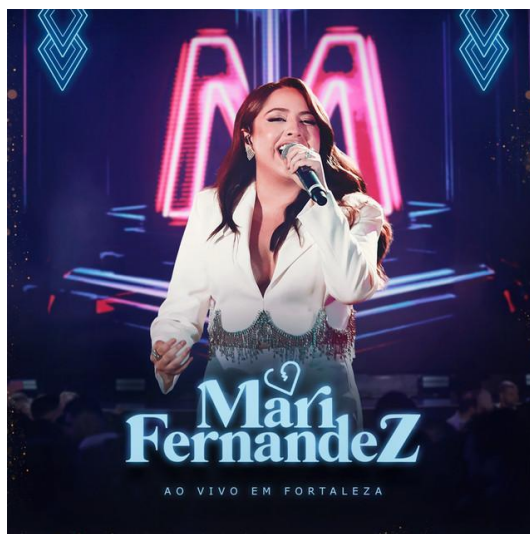
6.4 O FORRÓ EM SEU ASPECTO FEMININO

A representação feminina do piseiro, Mari Fernandez, lança em 2022 o seu primeiro DVD em Fortaleza/CE, despontando com um sucesso estrondoso e se tornando a cantora mais ouvida no Brasil, na estreia de seu álbum, na plataforma Spotify.

Mari, emplacou 11 hits simultâneos nos principais charts da plataforma, alcançando um sucesso de público e de ouvintes. A estratégia da cantora de lançar hits antes do período junino foi assertiva, pelo apreço do público e assimilação do gênero com o período de São João do nordeste.

Com temas exaltando a figura feminina e a mulher no lugar de destaque nas composições, em local de equidade, para além dos signos de fragilidade. Mari Fernandez, conduz o seu trabalho, sendo a primeira mulher de sucesso no piseiro, abrindo portas para novas artistas e ajudando a afirmar a força do gênero e trazer mais reconhecimento para a cena musical no Nordeste.

Figura 5 - Capa do disco mais ouvido de 2022, *Mari Fernandez - ao vivo em Fortaleza*.



Fonte: www.spotify.com

Os elementos presentes na composição estão todos alinhados ao centro da imagem, compondo uma hierarquia visual verticalizada de modo uniforme na imagem. A paleta de cores transita entre o azul e rosa, sendo este último usado apenas na estrutura que forma a letra M atrás da cantora. Os tons de azul tem uma variação notável na saturação, e temos a presença do dourado nas fagulhas de luz presentes nas extremidades laterais.

Linhas de luz destacam a composição, criando losangos na parte superior, sobrepostos uns sobre os outros, além de compor a plataforma e piso do que seria o palco ao fundo da cantora. O “palco” aposta em uma iluminação forte e cores vibrantes tomando todo o *background* da imagem.

Mari Fernandez aparece sorridente, cantando e usando um blazer branco curto. Uma saia branca compõe também o figurino, tornando o visual sofisticado e um pouso ousado. A cantora porta também anéis e brincos, todos incrustados com pedras que combinam com os adereços da sua roupa. Seu cabelo é levemente ondulado, de cor castanho avermelhado e está em harmonia com sua maquiagem discreta, enfatizando o contraste entre a pele e os olhos.

Na logomarca temos uma tipografia moderna, com uma serifa curvada, em letras minúsculas, ainda que a letra final “Z” seja maiúscula, provavelmente para destacar a ortografia do seu nome. Há pequena ilustração, em linha contínua, de um coração vazado na diagonal sobre o topo da logomarca. As cores imitam o neon, criando uma unidade e impressão de um letreiro para a logomarca. O subtítulo do álbum “ao vivo em Fortaleza”, evoca a cidade onde acontece a gravação e aparece em escala reduzida no canto inferior, com tipografia moderna, sem serifa e em letras maiúsculas.

A imposição da figura feminina se mostra bastante marcante nos acessórios e figurinos. Além disso, a performance visual da cantora é marcada como envolvente e cativante, onde esses signos são também propostos pelas jóias, maquiagem e cabelo. Levando em consideração os tons fortes do background, o contraste é utilizado para realçar a figura e silhueta exuberante. Dessa forma, busca-se enaltecer a imagem dela como elemento principal dentro da composição.

Os signos de empoderamento e elegância podem ser vistos como o eixo central da campanha publicitária da imagem da artista, e percebemos isso também através do seu figurino, assim como sua presença de palco, com seu gestual alegre, sensual e extrovertido.

O vermelho e azul, cores diretamente contrastantes, trazem a ideia de modernidade, dualidade e ousadia. A ousadia é percebida também pelo uso de outros elementos acessórios em cena, que não são tão presentes em outros discos similares, como os diamantes e um grande palco atrás de si, passando a ideia de luxo e status, conotando uma grandeza e reforçando o alto valor dos seus shows.

As jóias usadas pela artista formam um conjunto, que transpiram valor e feminilidade à medida que alteram as suas roupas e buscam assimilar a ideia de alto valor a imagem pessoal dela, para além da intérprete e sim como mulher. Onde esse tipo de vestuário e jóias são iconicamente assimiladas a um elevado status social e objetos de diferenciação. Considerando também o papel de Mari Fernandez como a grande representante feminina dentro do piseiro, que é majoritariamente dominado por homens e letras de cunho por vezes machistas e de objetificação às relações românticas com mulheres.

A tipografia escolhida para a logo evoca um sentimento de confiança, depositado na imagem da artista, através do uso de serifa junto de algumas modificações, como o arredondamento em algumas bordas. O coração partido por cima, representa a matriz das suas composições, o assunto ao qual ela se dedica, e quem se identifica com um coração partido costuma se identificar com as músicas de Mari Fernandez. Sendo conhecida posteriormente pela “sofrência”, mas também pelo protagonismo feminino.

7. APONTAMENTOS SOBRE OS MITOS EVOCADOS PELAS IMAGENS PRESENTES NOS DISCOS.

Pensar a cultura é uma tarefa difícil. É preciso conhecer a história, os trejeitos do seu povo, a maneira como interagem, seu “sotaque”, a especialidade de sua fala, a mensagem, corpo e alma da sua gente. Quanto mais rica for uma cultura, mais densos são os níveis de significado presentes na sua comunicação. Para Barthes (2006), a cultura é a evocação de sentimentos coletivos dentro do imaginário, compondo signos que representam a identidade de seu povo.

Barthes (2006), entende o mito como o nível alcançado por um signo que se consagrou no âmbito social ao qual pertence. O mito permeia densamente a cultura, até tornar-se um elemento antropológico inseparável da construção da identidade cultural. Nesse sentido, tomamos o forró enquanto espelho e agente vivo da história do Nordeste e do homem nordestino.

O forró, dentro de seus desdobramentos e subgêneros, foi se criando, recriando e influenciando a cultura conforme o tempo. Manteve-se vivo, reorganizou signos, preservou tradições e criou outras. Durante esse processo, a imagem do nordestino foi se modificando conforme a música. A influência direta do gênero dentro da cultura criou uma metamorfose da imagem do nordestino dentro do âmbito social.

Segundo Cardoso (2011), esse processo de transmutação de um signo acontece primeiro sobre a percepção de alguns elementos chaves de reconhecimento do signo dentro do imaginário popular. Dessa forma, primeiro se muda a imagem para se postergar o conceito. Nota-se então, a força percebida pela veiculação em massa das capas de discos de forró, ajudando a transpor significados e a ressignificar a imagem do homem nordestino antes permeada por preconceitos que entendiam o Nordeste enquanto espaço estático de ideias.

O forró se torna então mítico na dimensão de significados que permeiam o Nordeste, mas sobretudo demonstra os constantes desdobramentos de elementos

identitários para a cultura. Elementos identitários seriam a classificação correta para abordarmos o tema, a medida que a identidade não é algo imutável ou tão pouco imobilizado e se constrói sob um aparato de signos e ícones consagrados em uma perspectiva antropológica social.

Essas condições e desdobramentos vão de encontro direto à ideia principal dos preconceitos instituídos contra o sertanejo: a miséria. Este elemento pertence ao imaginário, ao retrato social, à percepção e imagem de si deste grupo. Mas percebemos que as produções culturais divergem desse estereótipo quando observamos as imagens das capas de disco e o forró eletrônico vincula-se fortemente à ostentação e percepção do espaço do Nordeste como rico. O mesmo acontece quando o piseiro é instituído nas vaquejadas como objeto de desejo e atração das massas, não apenas um adendo para guiar o show e sim a atração principal.

Compreendemos então que a transmutação desses signos retoma o espaço imaginário para os participantes internos e desconfigura preconceitos estáticos. Os participantes internos dizem respeito aos agentes originários do Nordeste, que reconfiguram o modo como percebem sua própria imagem. A produção imagética das capas de álbuns se voltam ao eixo de representação do seu próprio espaço, ou seja, retomam para si a própria imagem, veiculando-a da maneira que se escolhe como quer ser representada. “Assim sendo, quando falamos de mitos estamos citando cultura, tradição popular e identidade. Para nos guiarmos sobre esse ponto, podemos entender o mito como um participante social ativo e vetor cultural de um povo” (ALVES; AGUIAR; ARAUJO, 2022, p. 16).

Temos um exemplo da transmutação desses signos incorporados nas capas de discos de forró, onde a ambientação da terra natal antes exposta como pobre e insalubre, hoje é colocada como espaço em movimento. Um território onde acontece a diversão, onde os grandes núcleos de jovens se formam e buscam o lúdico.

Para além disso, a ressignificação do espaço é fortemente divulgada pelos veículos de mídia, que influenciam a opinião popular junto às ferramentas de persuasão da comunicação social. A mídia é uma figura de autoridade, ferramenta de divulgação e de construção de personalidades influentes. Nesse contexto, as festas populares são muito divulgadas, em razão do forte apelo da massa e novos arranjos pós modernidade. Essas festas são um grande palco de construção de imagens culturais, que abordam a junção de tradição e modernidade, exibindo uma identidade fluida do homem nordestino.

Um exemplo paradigmático desta ideia sobre ressignificação do espaço é a canção *Que nem vovô*, lançada pelo cantor João Gomes. A canção alcançou o topo das listas de mais tocadas em diversas plataformas de streaming, alavancado pelo conteúdo de lives e shows pela internet durante a pandemia de coronavírus no Brasil, e ocupou o topo das mais tocadas em diversas capitais nordestinas durante o ano de 2021. Na letra podemos perceber os elementos dessa identidade fluida nordestina, que apresenta a junção de elementos tradicionais e modernos:

Que nem vovô

“Eu quero ser um ‘véi’ que nem vovô
E viver por amor à vaquejada
Já deixei minha senha preparada
Que eu vou botar na boiada
Do jeito que ele ensinou
Sapato e a espora no lugar
Pra começar a brincadeira logo cedo

A vida que eu amo é desse jeito
 Se meu amor não conhece
 Então eu vou lhe apresentar”
 (GOMES, 2021)

Na letra o eu lírico traduz a admiração pela figura do antigo, da tradição, do seu avô, e realça o valor da cultura de vaquejadas e a qualidade de se viver com esse propósito. O cenário se configura como cotidiano na sua vida, mas o sentimento agregado não é de uma saudade distante ou tão pouco de um espaço estático. Na música vemos a presença de um espaço plural que se coloca no imaginário do personagem. Dessa forma, há um espaço em movimento que é fruto de admiração e lugar imaginário de produção da cultura. Essa mudança vem acompanhando o gênero durante os anos, podendo ser ainda mais evidenciada na relação entre os gêneros musicais do forró eletrônico, pé de serra e o piseiro.

Retornamos, então, àquilo que foi o foco deste artigo: a construção da nordestinidade nas capas dos álbuns. Nessas imagens, vimos o diálogo entre ícones culturais, a adição de novos instrumentos, de forma a construir não apenas uma mudança na produção cultural, mas uma ruptura dos preconceitos instituídos frente ao retrato do povo nordestino. Com a gigantesca influência do forró eletrônico dentro do Nordeste durante os últimos 20 anos e o egresso do piseiro nos topos das paradas, observamos as novas configurações sociais refletidas sobre essas produções e encaminhamos a seguir nossas considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos as mudanças nos processos de significados tangentes à imagem do Nordeste presentes nas capas de discos de forró, que reconfigura os personagens e a iconografia desse espaço. Evidencia-se a construção da figura mais atual do que pode ser possível ser compreendido como nordestinidade, na qual cabem vaqueiros, mulheres apaixonadas, e personagens ostentatórios.

Os novos arranjos trouxeram não apenas uma nova configuração das composições instrumentais para um gênero tradicional, mas também alteraram diretamente sua iconografia. A maneira como se enxerga forró hoje é diferente da de quatro ou cinco anos atrás. Assim como a maneira como se enxerga seu público ouvinte também mudou drasticamente.

Essa veiculação de uma nova imagem do homem nordestino, pautada no campo de significados, acontece, segundo Barthes (2006), quando os agentes sociais de um grupo ressignificam os elementos identitários frente à própria tradição e necessidades do novo contexto social. Posto isto, a mudança na imagem do nordestino e ressignificação de ícones pertinentes a sua cultura, como o vaqueiro, as festas tradicionais, e o espaço geográfico são consequentes à veiculação em massa das produções midiáticas, ilustradas e fotográficas pelos seus representantes (cantores, artistas e nordestinos).

Esse processo perdura por décadas, desde os tempos de Luiz Gonzaga, passando pelo regionalismo de Freyre (1999) e nos chega hoje por meio de produções que mostram configurações completamente diferentes de nordestinidade. Essas imagens alcançaram o topo do mercado fonográfico no Brasil nos anos de 2021 e 2022 (SPOTIFY, 2022), destacando ainda a existência de elementos tradicionais no cenário de produções do forró eletrônico, piseiro e outros subgêneros. Essas figuras ligadas à tradição são postas como um legado, não

enquanto uma saudade intermitente, mas sim um ponto de partida respeitado e já consagrado. O forró é hoje um ícone da tradição, mas também transgressor de significados.

A análise das capas de discos de forró apontou os novos caminhos e significados postos sobre a imagem do nordestino presentes nesse gênero musical. Através da consideração antropológica desse espaço geográfico, abordamos os preconceitos instituídos e a relação midiática posta sobre o retrato imagético do Nordeste. Ademais, as mudanças na produção cultural indicaram uma mudança nesse aparato, evidenciado nos últimos quatro anos pelo forró eletrônico e pelo piseiro, que ocuparam os topo das paradas de sucesso nacional.

Cabe então, por fim, o destaque à análise semiológica, apoiada pela obra de Barthes (2006) e Penn (2014), que nos auxiliou a compreender os signos presentes dentro das imagens midiáticas e os elementos identitários culturais evidenciados nas fotografias. Observando a historicidade, podemos entender a frequência e matriz dos preconceitos instituídos, mas foi apenas através da pluralidade e sistematização da metodologia de análise que pudemos entender o impacto da veiculação de imagens por grandes veículos de mídia no espectro social.

O novo retrato do homem nordestino e de seus ícones é configurado pelo respeito à tradição, mas não cabe em um espaço estático, por isso demanda novas articulações imagéticas. Munido de suas produções culturais, o Nordeste defende a si mesmo de preconceitos e chagas sobre imagens impostas no passado, quebrando paradigmas e se relacionando em um mundo complexo. Para tal, suas produções culturais consagram mitos e metamorfosicamente alcançam a grande mídia impondo a sua devida atenção e importância dentro da sociedade.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de; **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5ª edição. São Paulo: Cortez, 2011.

ALMEIDA, I.; AFONSO, J. **A. Imagens e representações: o nordeste brasileiro representado entre os finais do século XIX e as primeiras décadas do século XX**. Revista de História da UEG v. 4, n. 1, 17-41, 2015. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/revistahistoria/article/view/3917>. Acesso em: 14 abr. 2023.

ALVES, C. D. M; AGUIAR, G. S.; ARAUJO, R. M. F. **A “nordestinidade” representada em figurinos do filme O Auto da Compadecida**. Revista Crises. v. 2, n. 1, 14-38, 2022. DOI: <https://doi.org/10.51359/2763-7425.2022.253732>

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 16ª edição. São Paulo: Cultrix, 2006.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

ESTADÃO. **Spotify cresce no número de assinantes pagos para 205 milhões de contas**. Disponível em : <https://www.estadao.com.br/link/empresas/spotify-cresce-base-de-assinantes-pagos-para-205-milhoes-de-contas/>. Acesso em: 01 Mar. 2023.

FORRÓ. In: **DICIO, Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2021.
Disponível em: <https://www.dicio.com.br/forro-2/>. Acesso em: 01 Mar. 2023.

GOMES, João. **Que nem vovô**. Fortaleza: Top Eventos, 2021. Faixa (2:44min).
Disponível em: <https://open.spotify.com/track/2nJVGaiVN4mG9da9dcB6mH>. Acesso em: 14 abr. 2023.

MOREIRA, Nathalia Zupardo. **Tradição e inovação: um novo olhar sob a cultura popular nordestina**. Monografia (Bacharelado em Design), Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste, Caruaru: 2018.

OLIVEIRA, Lisbeth. **Fotografia documental e início do fotojornalismo**. Comunicação & Informação, Goiânia, Goiás, v. 2, n. 1, p. 63–77, 1999. DOI: 10.5216/c&i.v2i1.22845. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/22845>. Acesso em: 14 abr. 2023.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. **A invenção do Nordeste e do nordestino**. In: **XIII Congresso Brasileiro de Sociologia**, 2007, Recife. Anais. p.1-15.

PENN, Gemma. **Análise semiótica de imagens paradas**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com Texto Imagem e Som. Petrópolis: Vozes, 2007.

SARMENTO, Gabriela. **Forró eletrônico faz 30 anos: O empresário que popularizou estilo gerenciando 11 bandas**. G1, Pop & Arte, Música, São Paulo, 14 dez. 2020. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/12/14/forro-eletronico-faz-30-anos-o-empresario-que-popularizou-estilo-gerenciando-11-bandas.ghtml>. Acesso em: 13 de Abril. 2023.

SILVA, Matheus Marques e NOBREGA, Marcelo Vieira da. **OS FENÔMENOS MUSICAIS E PERFORMÁTICOS DE ZÉ VAQUEIRO E JOÃO GOMES: QUE VOZES SÃO ESSAS?**. Anais III CONBRALE. Campina Grande: Realize Editora, 2021. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/83388>.

SPOTIFY. **Brasil: banco de dados (2022)**. Disponível em: [www.https://open.spotify.com](https://open.spotify.com). Acesso em: 13 de Abril. 2023.

TAMANINI, Paulo Augusto; SILVA Enock Douglas Roberto da. **O Nordeste, as imagens e o ensino: o real e o imaginário na iconografia da seca**. Revista Linhas. Florianópolis, v. 20, n. 43, p. 317-337, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/download/19847238204320193/17/pdf/52006>. Acesso em: 14 abr. 2023.

TROTТА, Felipe. **O Forró eletrônico no nordeste: um estudo de caso**. Intexto, Porto Alegre, n. 20, p. 102–116, 2009. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/10321>. Acesso em: 14 abr. 2023.

TROTTA, Felipe. **MÚSICA POPULAR, MORAL E SEXUALIDADE:** Reflexões sobre o forró contemporâneo. Revista Icone, v. 10, n. 2, 1-12, 2008. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17184>. Acesso em: 14 abr. 2023.

TROTTA, Felipe. **Música popular, valor e identidade no forró eletrônico do Nordeste do Brasil.** Anais Eletrônicos da LASA, México, 1-16, 2008. Disponível em: https://www.academia.edu/4590652/M%C3%BAsica_popular_valor_e_identidade_no_forr%C3%B3_eletr%C3%B4nico_do_Nordeste_do_Brasil Acesso em: 14 abr. 2023.

VIEIRA, Maria Sulamita de Almeida. **O sertão em movimento: a dinâmica da produção cultural.** 1. ed. v. 1. 267p. São Paulo-SP: Annablume, 2000.

ROBSON MARTINS FERREIRA DE ARAUJO

**A NORDESTINIDADE REPRESENTADA NAS CAPAS DE ÁLBUNS DE FORRÓ:
uma análise de construções identitárias**

Artigo Científico apresentado ao Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste, como requisito para obtenção do título de bacharel em Design.

Aprovado em: 03/05/2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Daniela Nery Bracchi (orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Amilcar Almeida Bezerra

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Gustavo Alves Alonso Ferreira

Universidade Federal de Pernambuco