

XII ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM  
PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL

21 a 25 de maio de 2007

Belém - Pará - Brasil

---

O BREGA PARAENSE: AS MODIFICAÇÕES DA CULTURA POPULAR NO ESPAÇO URBANO

Neusa Gonzaga de Santana Pressler (NAEA - UFPA)

João Paulo Guinalz (NAEA - UFPA)

## **O Brega Paraense: As modificações da cultura popular no espaço urbano**

O presente artigo pretende introduzir uma reflexão para discutir a necessidade de estudos relacionados à cultura popular, à mídia regional e ao impacto da globalização no espaço urbano das cidades da Amazônia. Com esse objetivo apresenta a história do surgimento do Brega Paraense como uma proposta de cultura local e sua passagem do âmbito regional para o nacional. Especificamente, o propósito é analisar como e em que dimensão uma cultura popular, até então, excluída da grande mídia se desenvolve para conquistar espaço local e nacional e identificar a relação com a globalização, com a mundialização da cultura e o impacto sobre a mídia regional. Para isso, buscam-se conceitos que possam explicar a identidade expressada por meio de fatos e realidades dessa sociabilidade cultural e social. Nessa trajetória, observa-se a adaptação a novas tecnologias e dos novos meios de comunicação na sociabilidade urbana. O trabalho discute o consumo e desenvolvimento da mercantilização do “Brega Paraense” como produto cultural regional e o desafio dos atores sociais na manutenção e interação desse modo de comunicação que proporciona atividade cultural, profissional, de lazer, de geração de renda e emprego.

## Introdução

O Estado do Pará é uma das 27 unidades federativas do Brasil. Segundo dados do IBGE (2005) é o segundo maior estado do país com uma extensão de 1.253.164,5 km<sup>2</sup> e 6.970.586 habitantes. Está situado na região norte e faz fronteiras com o Suriname e o Amapá ao norte, o oceano Atlântico a nordeste, o Maranhão a leste, Tocantins a sudeste, Mato Grosso a sul, o Amazonas a oeste e Roraima e a Guiana a noroeste. A capital é Belém, a maior cidade do estado do Pará. Historicamente, devido à quantidade de mangueiras encontradas em suas ruas é conhecida como “Cidade das Mangueiras”, é citada pela mídia como o “portão de entrada da região amazônica brasileira”. Belém é a maior cidade do norte do país juntamente com Manaus que possui os mais importantes centros urbanos da região amazônica. A cidade de Belém com 1.428.368 hab. (est.IBGE/2006) tem um 1/3 da população do Pará. Sua economia é baseada no setor comercial e de serviços, com sérios problemas em consequência da ocupação desordenada na sua periferia. Problemas de acesso à água potável, falta sistematizada de acondicionamento e coleta de lixo, calçamento sem conservação e dominados pelos camelôs, precários transportes urbanos e falta de saneamento básico, atualmente restrito a 8% das habitações, comprometem a qualidade de vida de seus habitantes no maior espaço urbano da Amazônia. (MEIRELLES, 2004).

Apesar disso, Belém detém um grande potencial cultural e turístico, especialmente por sua história e localização privilegiada e por ter um dos maiores portos da região. Alguns sites apresentam-na como uma cidade moderna com sua cultura permeada das influências indígenas na arte e na cozinha, que utiliza ingredientes da floresta que a torna singular. Nas calçadas da cidade de Belém há uma variedade de barraquinhas vendendo pratos típicos da região. Pode-se assistir e ouvir shows folclóricos, no ritmo do Carimbó, do Siriá e do Brega paraense. A música merece destaque pela variedade de artistas paraenses e seus diferentes estilos de músicas que envolvem desde o público erudito até o popular.

O estado do Pará possui vários cantores e instrumentistas: Sebastião Tapajós, Fafá de Belém e Leila Pinheiro entre outros artistas de diferentes gêneros musicais. Entretanto, somente começou a ser reconhecido musicalmente no cenário brasileiro por meio do ritmo do “Carimbó” e, posteriormente, da “Lambada”. Os intérpretes mais conhecidos desses estilos foram Pinduca e Beto Barbosa que despontaram no mercado musical brasileiro. Esses ritmos ganharam popularidade nacional, porque foram utilizados como trilha sonora das novelas “Rainha da Sucata” e “Salsa e Merengue” exibidas pela Rede Globo. Esse sucesso virou “mania nacional”, chegando a outros países, mais precisamente na Europa.

Desse modo, este trabalho pretende discutir esse assunto pouco estudado e contribuir com a discussão da necessidade de pesquisas acadêmicas sobre a temática. Na história do Brega paraense estão implícitos a mercantilização de um produto cultural regional e o desafio dos atores sociais na manutenção e interação desse modo de comunicação que proporciona sociabilidade, lazer, atividade profissional, geração de renda e emprego na contemporaneidade digital.

A pesquisa empírica teve início em 1996 e foi apresentada como proposta do projeto de dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas do curso de mestrado institucional UFBA – UFPA em 1999. A metodologia assim como a pesquisa empírica continua sendo realizada em diferentes etapas. Apesar da dificuldade de obter dados oficiais e tratar-se de um tema complexo, este artigo está estruturado de acordo com a descrição dos objetivos que serão descritos nos seguintes capítulos: O percurso da música popular, Brega Paraense movimento musical e social e o lazer do espaço urbano, história do Brega paraense, Brega como cultura popular e movimento musical, Novas Mídias Populares e desenvolvimento do movimento Brega Paraense, notas conclusivas, além dessa introdução.

## **1. No percurso da música popular emerge o Brega.**

Com a larga adesão de adeptos à inovação do *rock* nos anos 60, a música romântica passou a ser caracterizada como cafona, especificamente pela juventude daquela época. Com essa estética considerada de bom gosto sendo contestada o estilo excessivamente romântico difundiu-se “quase” que exclusivamente nas classes mais populares da sociedade. Assim, a década de 70 foi o palco para o surgimento de diversos cantores considerados populares. Também caracterizou a discriminação, porque houve identificação destes artistas com a Ditadura Militar, passando a significar alienação. Desse modo, o termo Brega foi disseminado para designar este formato de música, resumindo em uma palavra, tudo que era de “mau gosto” e “cafona” para alguns que desprezavam esse formato de música simples e popular. Vale lembrar que o estilo Brega como gênero musical brasileiro encontra suas raízes em vários artistas que de diferentes formas apresentaram em seu repertório canções com melodias fortes, letras simples e demasiadamente românticas, denominadas “dor-de-cotovelo”.

Nessas canções, os temas estão são ligados ao amor, às decepções, às decepções amorosas. Essas mesmas características podem ser encontradas desde a década de 1930, nas canções de Vicente Celestino nas músicas: Coração Materno e o Ébrio. Durante as décadas

posteriores, essa temática foi seguida e está implícita nos diferentes ritmos: samba-canção e bolero que foram fundidas no fenômeno de grande popularidade nas denominadas serestas e tornou-se sucesso no final de 1950 e início dos anos 60, nas vozes dos ídolos daquela época: Waldick Soriano, Anísio Silva e Nelson Gonçalves (ESSINGER, 2006).

No início dos anos 70, surgia no Brasil, uma nova tendência musical com temas românticos influenciados pelo movimento da Jovem Guarda, trazendo cantores como Juca Medalha e Alípio Martins. No final dos anos 70, começaram a surgir vários cantores deste novo estilo musical, posteriormente, denominado "Brega<sup>1</sup>", apresentado pelas melodias de Amado Batista, Reginaldo Rossi, Carlos Alexandre, Evaldo Braga e outros. Com essa descrição emerge um questionamento sobre o surgimento do movimento Brega. O Brega é uma expressão popular de origem nordestina que significa "lupunar" "prostíbulo". É atribuído ao termo a acepção de deselegante em uma clara referência ao estilo de seus freqüentadores. Nesses termos, designa um gênero musical popular, com denominação discriminatória e pejorativa. Ao ser assumida e incorporada como entretenimento pelas periferias foi perdendo o significado pejorativo e debochado.

Ainda na visão de (ESSINGER, 2006), no começo da década de 80, o termo Brega tornou-se símbolo de música de mau gosto e feita para as classes populares. A música até então, caracterizada "para corno" ganhou nova conotação com Garçom de Reginaldo Rossi e transformou esse novo ritmo mais atrativo no sudeste do país. Na verdade, houve a popularidade do estilo Brega que garantiu o crescimento das vendas de vinis, fita cassetes e posteriormente CDs. Surgiram novas vertentes de músicos que por meio do estilo Brega satirizavam a "alta cultura dominante" e os problemas sociais daquela época.

Cabe ressaltar que na explosão midiática do Axé Music<sup>2</sup> no cenário musical nacional, no início da década de 90, o Pará se apresenta com o carimbó, ritmo puramente paraense que ainda não era valorizado, como atualmente, pelos artistas locais, nem pela imprensa paraense, conseqüentemente, em decorrência disso, pelo próprio público. Não havia uma mobilização dos artistas, compositores, cantores e produtores para difundir sua própria cultura. Com a atenção de quase todo Brasil juntamente com a do público paraense, todos estavam voltados para o axé. Por conseguinte, até meados dos anos 90, não houve mobilização para divulgação do Brega, o que predominou foram as aparelhagens. Na época, não houve qualquer movimento ou iniciativa por parte dos músicos alternativos ou das pessoas ligadas à cultura, aos críticos musicais e aos governantes para preservar a identidade musical e cultural da região, como em Goiás, Bahia ou Parintins.

As aparelhagens surgiram na periferia de Belém com a intenção de criar um entretenimento mais acessível. Num primeiro momento foi idealizado para transformar pequenas caixas de som estruturadas para se tornar o centro de atenção das festas. Com influência no Brega e em suas melodias românticas, o movimento modificou a versão original do ritmo introduzindo batidas eletrônicas e regionais. Assim, nesse movimento emergem novas vertentes que tornaram o “Brega das aparelhagens” algo singular. As festas realizadas por essas bandas garantem um público estimado em 5 mil pessoas por apresentação nos finais de semana na cidade e conseguem atenção dos produtores musicais e profissionais ligados aos movimentos da música independente. Essas informações estão na pesquisa “Aparelhagens sociais: a criação de uma proposta de marketing social para as aparelhagens paraenses”, trabalho de pesquisa elaborado por Fabiana Aparecida Chagas Siqueira e Trícia Almeida Freitas apresentado em forma de monografia em 2006 no Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará.

Essa nova construção de ritmo do Brega passou por várias fases de renovação e mudanças rítmicas em meados da década de 90, após essa fase firmou-se em nível nacional com uma nova performance: muito swing, solos de guitarras, sintetizadores e utilização de novas tecnologias disponíveis no mercado. Atualmente, este estilo de música tem coreografia singular e está presente em vários tipos de mídias (rádio, aparelhagem sonora, TV, revistas, jornais, *sites*, *homepage* e fãs-clubes) para apresentar, divulgar e interagir com o seu diferenciado público. Esse ritmo musical ganhou mais popularidade, novos intérpretes e compositores: Roberto Vilar (maior vendagem de disco), Tonny Brasil, Banda Sayonara, Banda Xeiro Verde, Banda Sabor de Açaí dentre outros. Antes da Banda Calypso, seu maior expoente, provavelmente como resultado de trabalho de marketing na mídia era o cantor Reginaldo Rossi, cuja produção e distribuição de suas músicas são feitas pela empresa multinacional Sony Music. Atuando há 40 anos no mercado, o cantor Reginaldo Rossi é considerado um sucesso entre as mais variadas faixas etárias de todo o Brasil (PRESSLER, 2001).

Por essa descrição e reportagens sobre o Brega paraense, nota-se que se trata de um fenômeno da cultura popular junto aos diferentes públicos nas cidades urbanas. Sob esse ponto de vista histórico, a atual interação do Brega paraense nas cidades, percebe-se que a vida cotidiana se apresenta como uma realidade fragmentada e, em construção, cujo protagonista é o ser humano (BERGER, 1997). Essa visão de vida cotidiana fragmentada é percebida nos diferentes locais onde se ouve e dança o ritmo Brega paraense. Sem dúvida, é um fenômeno cultural e complexo que contribui para a sociabilidade nos espaços públicos

urbanos. Entretanto, exceto as reportagens, há pouco estudo e bibliografia sobre o tema, comprovadamente esse fenômeno é pouco estudado sob o ponto de vista acadêmico e científico.

## **2. Brega Paraense movimento musical e social: lazer no espaço urbano**

Longe do âmbito acadêmico e do sucesso meteórico dos grandes astros que conta com a estratégia de marketing e publicidade de gravadoras multinacionais, produtoras de selos e a divulgação na grande mídia, o Brega Paraense expressa com estilo próprio. Tem aumentado seu espaço por meio de diferentes tipos de mídia alternativa para atingir o grande público. Entre um dos principais canais de comunicação estão os bailes, os shows, os cd rom, os DVDs e o rádio, que por excelência é um veículo de apelo popular, com o qual se pode atingir rapidamente grandes massas, tanto nas capitais como nas cidades de interior, dado ao vasto número de emissoras existentes em todo País e o elevado número de receptores. Isso reafirma que o rádio ainda é a mídia mais acessível à população de baixa renda e de consumo popular.

Esse movimento musical caracteriza-se por uma variedade de estilos de músicas do Brega Paraense, incluindo os já conhecidos Brega Pop, Calipso<sup>3</sup>. Seus autores, dentre eles, o Maestro Manoel Cordeiro, afirma que essa atual denominação Calipso é mais vendável, porque o paraense da classe média, apesar de gostar do estilo musical não tem muita simpatia pelo nome Brega, pois sempre associa a palavra Brega a algo *kitsch*<sup>4</sup>, exagerado e cafona tão utilizado no passado. Com ritmos considerados empolgantes pelo público e com letras irreverentes, novas bandas ocupam cada vez mais espaço e atenção nas mídias alternativas regionais. Há casos em que sua mercantilização promete agradar a todos, sem limites de idade. A Banda Wlad - uma das bandas mais famosas e requisitadas da Amazônia - é um exemplo que combina sucesso local e solidariedade, alavancando ainda mais o sucesso do movimento. Em Outubro de 1999, foi lançado segundo CD. Em pouco mais de 2 (dois) meses, quase 30.000 (Trinta mil) cópias foram vendidas por meio da mídia alternativa regional. O resultado de um trabalho de divulgação e comunicação regional, hoje, está se concretizando em patrimônio social. Nas descrições a seguir, chamamos a atenção que nesse mercado de negócios alternativos, alguns grupos aprenderam a usar a livre cópia digital para disseminar seus produtos e gerar lucro, e promovendo a sociabilidade nos espaços urbanos.

O Complexo Wlad de música, além de traduzir esse aprendizado, é uma realidade local, reunindo música, luz, imagem e todo aparato tecnológico. Em um imóvel próprio com

3.000 (três mil) metros quadrados de área construída, a Banda Wlad disponibiliza para a comunidade: uma academia de dança, uma Escolinha de Música e um trabalho educacional, a fim de criar oportunidade para a juventude mais carente e, com isso reduzir o índice de marginalidade na juventude (comparável com o início do movimento Olodum na Bahia). Segundo depoimento da Banda: "a perspectiva é, no futuro, investir em novos talentos que, com certeza, serão descobertos e desenvolvidos no próprio complexo. Todo o nosso trabalho é revestido de humildade, não impomos nada, acreditamos no mercado regional, e se a banda acontecer nacionalmente, ótimo" (2001). Nota-se que estes movimentos de cultura são muito mais que simples vendas de produtos musicais, uma vez que possibilitam difundir a cultura regional e local além de integrar ações sociais para a melhoria de vida das comunidades mais carentes das cidades que o grupo musical se originou.

Verifica-se que há diferentes discursos na divulgação dessa cultura popular, existem pelo menos dois aspectos relevantes no movimento Brega Paraense. O primeiro diz respeito a um grupo de bregueiros que propõe criar um nome para separar o Brega criado no Pará do produzido em Recife, cujo maior expoente é o cantor Reginaldo Rossi, enquanto outros preferem unir esforços com artistas de outros locais e fortalecer o atual movimento. O segundo aspecto a ser avaliado está relacionado a outro movimento que deseja manter o nome Brega para não admitir influência exterior na produção local. Para o compositor Andyr Cárdias, que define o amazon ritmo "como um movimento de uma nova musicalidade em que fluem todas as tendências de estilos e ritmos de aroma, sabor e eco amazônico, para projeção e valorização da música paraense e amazônica como um todo no País e no mundo". O compositor acredita que dessa maneira, cria-se um "regionalismo universal".

Esse grupo de bregueiros sugere a mudança, cuja proposta é a busca da auto-estima para atingir um público em nível nacional. Para esse grupo há várias razões para mudar o atual nome Brega. A primeira é uma estratégia de marketing, porque o nome Brega nacionalmente tem uma conotação pejorativa. O termo americanizado, segundo os bregueiros tem por objetivo ganhar espaço no Brasil, e assim atingir o mercado internacional e produzir um Brega estilo exportação. Para os bregueiros, somente a mudança do nome não garante espaço no competitivo mercado brasileiro. Nesse sentido, afirma Tarcísio França, um dos líderes dos grupos, está desenvolvendo um trabalho que reúne os artistas semanalmente, cuja proposta de trabalho envolve as seguintes metas; maior profissionalismo, baseado na auto-estima dos artistas, planejamento de carreira, imagem, e auto gestão do sucesso. O objetivo é unir profissionais da música, governo, empresários, imprensa e público para estruturar um movimento local forte e capaz de garantir o êxito das metas pretendidas.

O paradoxo da mudança está lançado, mas, ainda não há um consenso e, seu maior desafio, se ocorrer a troca do nome, segundo o cantor Fernando Belém "para o nome Amazon ritmo emplacar, precisará de um grande investimento em mídia nacional, verba que os artistas locais não possuem". O Brega Paraense como estilo musical que se apresenta atualmente, não nega a proposta inicial, mas toma uma modalidade de movimento social cujo desenvolvimento propõe uma ruptura em relação a outras tendências de músicas nacionais e internacionais. O ano de 2005 foi marcante para esse movimento musical que passa a ganhar mais espaço na mídia nacional por meio de artistas que se apresentam em casas noturnas de outros estados, em programas de auditórios dos canais SBT e Rede Globo com transmissão nacional.

Nesse espaço permeado de diferentes discursos e ações sociais emerge a Banda Calypso, formada em Belém no ano de 1999 pelo casal Joelma (vocaís e coreografias) e Chimbinha (guitarra). Em um primeiro momento, a referida banda apresentava-se apenas no circuito alternativo musical do Norte e Nordeste do Brasil. Atualmente ganhou visibilidade e, é considerada sucesso em todo o país e está sendo introduzida no mercado internacional. Vale ressaltar que a Banda Calypso tornou-se conhecido no Brasil por apresentar um ritmo original, ou seja, diferente daquele que que é tocado no sul do Caribe. Isto porque mescla e adapta-se a ritmos regionais no Pará. É um estilo que possui grandes possibilidades de arranjos e orquestração diferentes. Em várias canções, há uma variada mistura de estilos em uma mesma faixa, refletindo as várias influências musicais da Banda Calypso (Schwartz, 2006).

### **3. Globalização da cultura Regional ou Regionalização do Global?**

Esse fenômeno de mercantilização apresenta algumas especificidades que possibilita inúmeros temas para as mais significativas manifestações culturais do Brasil. Como ponto de partida e para tratar adequadamente desse movimento, vale examinar os conceitos de local, região e globalização propostos por Milton Santos (1997) e Octávio Ianni, (1999). Embora existam muitos aspectos interessantes, por questão de espaço e escopo teórico destaca-se apenas as observações sucintas: Santos (ano) ressalta que compreender uma região significa penetrar em suas relações, organizações e diferentes formas de interação. Para Santos, quanto mais os lugares se mundializam mais se tornam singulares e específicos e o estudo do regional torna-se importante. Não se pode desprezar a via de análise da realidade e, hoje, o local, a região tem que ser assim entendida. O importante entender do regional é que existem

diferentes maneiras de produzir cultura musical em todas as regiões do globo. Na verdade, quando se analisa o regional entende-se, pessoas, grupos sociais, trabalhadores e diferentes formas de desenvolvimento da mídia local no contexto em que a cultura transforma-se em multiculturas globalizadas.

Na análise referente à globalização proposta por Ianni (1999) essa é denominada de "globalismo". Para o autor, a partir da categoria globalismo, torna-se possível elaborar e mobilizar recursos intelectuais, de maneira a delimitar e aprender as configurações e os movimentos da realidade, em níveis local, nacional, regional e mundial, buscando compreender e explicar como essa realidade se forma e se transforma, cada vez mais subsumida histórica e logicamente pelo globalismo. Na proposta desses dois autores, nota-se um novo desafio de análise para tratar de forma epistemológica o novo sentido de local, região e nacional.

Tendo em mente que com o impacto da mundialização da cultura aliada às novas formas de relação com a tecnologia da informação, o conceito de local e região tem que ser visto de forma universalizada, ou seja, não de forma isolada, mas com ações no local, no nacional e no global (Ortiz, 1994). Nesse sentido, o diferencial será a marca da singularidade de cada região que num contexto global, consegue ser visto como diferente, próprio e original. A atual expansão dos novos intermediários culturais e dos novos públicos de bens simbólicos dentro das diversas classes sociais como acentua (FEATHERSTONE, 1995). Assim, o Pará, considerado a porta de entrada da Amazônia tem uma cultura local e de região com hábitos e costumes que persistem e quase não são alterados mesmo com as massivas propagandas subliminar veiculada na grande mídia, por exemplo: Axé music, sertaneja etc. Aqui se pode identificar que seus hábitos culturais, sua exuberante culinária local de influências indígenas, com aromas e sabores personalíssimos e sua peculiar cultura inclusive o ritmo Brega mantêm-se em alguns aspectos preservados. A preservação das características locais e regionais fazem os efeitos da globalização apenas um ingrediente de integração com outras regiões do Brasil e de outros países.

#### **4. Novas Mídias Populares: o desenvolvimento do movimento Brega Paraense**

A especificidade do regional de certo ponto inserida no Movimento Brega Paraense é o ponto central do argumento que agora com o passar do tempo, desde o seu surgimento fica mais claro e permite uma análise mais ampla do seu sentido de movimento de cultura local. O acesso de novas formas de comunicação aliada a novas mídias impulsionou esse movimento

musical para envolver mais adeptos numa dimensão local e regional. Quase que naturalmente, nota-se que esse estilo de música popular, transformou-se em um produto de identidade local e mercantilização cultural na era digital e globalizada. O termo mercantilização é utilizado como sugerido por (HARVEY, 2006, p. 221) quando diz que: “é inegável que a cultura se transformou em algum gênero de mercadoria e que em alguns casos na globalização há transformação da cultura em *commodities*”. Para o referido autor “há uma padronização geograficamente articulada das atividades e das relações capitalistas globais no contexto das negociações local/ regional”.

Com o desenvolvimento do movimento Brega Paraense e a possibilidade da comercialização de produtos eletrônicos importados surgem uma nova mídia popular: As aparelhagens sonoras que eram recursos muito utilizados na Primeira Guerra Mundial, hoje, provavelmente em decorrência do capital mundializado e o processo de globalização com a abertura de mercado, "essas aparelhagens"<sup>5</sup> ganharam mais espaço para garantir a potência aperfeiçoada pela tecnologia são apresentadas em sistemas bem avançados. Essa modalidade em que predomina o som instrumental é denominado de Techno Brega<sup>6</sup>.

Por trás do desenvolvimento desse tipo de "mídia" está a facilidade de acesso e aquisição desses equipamentos que não requer grandes investimentos e o mercado de varejo dispõe de linhas de financiamentos para os diversos segmentos de consumidores. Muitos desses produtos eletro-eletrônicos são importados e, esse mercado tem uma grande variedade de equipamentos para diferentes estilos dos produtores culturais. Assim, a estrutura de uma empresa de aparelhagem sonora geralmente é de propriedade individual ou familiar e, conseqüentemente, a aquisição e a facilidade para operar esses equipamentos justificam a proliferação desse tipo de veículo de comunicação popular na região amazônica.

Há uma infinidade de empresas que se enquadram nessa descrição, a maior representatividade desse tipo de mídia no Pará são as aparelhagens "Tupinambá", "Pop Som" e o "Rubi" que realizam shows em todo estado e na região norte do Brasil. Apesar da falta de dados oficiais nota-se que esse tipo de atividade cresceu e está se desenvolvendo dia-a-dia com novas funções no mercado de trabalho. São músicos, técnicos, motoristas, carregadores, ajudantes, enfim, vários tipos de mão-de-obra utilizados para o entretenimento e sociabilidade da cultura popular no espaço urbano. Trata-se de um circuito independente de negócios alternativos.

De acordo com dados da Revista Época<sup>7</sup>, qualquer pessoa que mora na região norte do país tem acesso a um convite para show de tecno-Brega ou calipso. Esse gênero de música popularizado pela Banda Calypso, denominado Brega faz multidões se reunirem em festas nas

grandes cidades da Amazônia. Todavia, vale enfatizar que ao descrever esse circuito independente de negócios alternativos, quer se referir a um mercado que sustenta uma indústria local que lança 400 CDs por ano. Os CDs são gravados em pequenos estúdios e replicados pela própria rede informal dos camelôs. Custam menos de R\$ 3,00 (três reais). A maioria dessa produção de CDs e DVDs não tem copyright. Na afirmação da advogada Carolina Rossini, citada na Revista época, “os CDs servem apenas para divulgar as centenas de bandas que surgem todo ano e os artistas ganham dinheiro mesmo nas festas pagas”.

Nessas festas, a estratégica porta de saída serve de local para a venda de CDs e DVDs gravados ao vivo ali mesmo. O público adquire, pois vê como a oportunidade de levar para casa uma lembrança daquele evento. A gravação é personalizada, para isso, durante a apresentação os artistas repetem várias vezes o nome do bairro ou cidade onde estão se apresentado, ou seja, é uma forma de promover o espaço, o local onde essa interação de cultura popular está acontecendo. Nesses bailes surgem novas bandas e diferentes tipos de danças que primeiramente se destacam apenas no âmbito regional. Esses negócios alternativos não operam com elaboradas estratégias de marketing e o lucro está no preço do ingresso e na venda de CDs e DVDs. Em alguns casos foi identificado que nem todos contam com o apoio das emissoras de rádio local. As rádios locais atuam na operacionalização da divulgação complementar para promover o artista e atrair mais adeptos para as festas. Trata-se de uma construção de novas mídias que por meio do uso de tecnologia digital periférica promove a sociabilidade em diferentes espaços urbanos.

De acordo com Hilbert Nascimento, “Belém do Pará é o berço deste movimento que para esse autor, começou no final de 1997. A rádio 99 FM deu início à divulgação desse ritmo. Com isso, acreditou e lançou o Brega como parte obrigatória de sua programação com o objetivo de recuperar a liderança de audiência na Grande Belém. Apostou nesse tipo de música e conseguiu ampliar sua audiência. Não apenas ampliou como consolidou seu primeiro lugar nas pesquisas do Ibope de 1998. Como resultado deste trabalho, lançou no segundo semestre do mesmo ano o CD *Alô Belém* - uma coletânea com os melhores artistas e canções do Brega. Os resultados obtidos superaram as expectativas: mais de 50.000 cópias vendidas em apenas quatro semanas em Belém, consagrando o CD como recordista absoluto no seu lançamento.

Esse negócio alternativo por meio da mídia tradicional como o rádio nessa nova dimensão de tecnologia e de espaço de comunicação alcançada pelo movimento Brega Paraense, não permite até agora conferir ou verificar a dimensão do impacto da globalização nesse atual processo de movimento musical, cultural e social. Verifica-se que esse tipo de

mídia mesmo diante da tecnologia mundializada (TV, internet) consegue atingir e envolver as massas populares em seus diversos segmentos de público. Torna-se relevante questionar e estudar como essas bandas que promovem música de cultura popular conseguem esses negócios alternativos, aprenderam a usar tecnologia e sistemas digitalizados para lançar seus produtos e gerar lucro na sociedade globalizada. Esse fenômeno não ocorre somente no Pará, mas em todo o Brasil e em países que tiveram o impacto da globalização. São exemplos desse processo de negócios alternativos: o funk carioca, o cinema na Nigéria, o Brega em Belém, exemplos citados pelo advogado Ronaldo Lemos, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), do Rio de Janeiro: "As periferias globais se apropriam da tecnologia para gerar indústrias locais, às vezes mais fortes que as tradicionais", Ele coordena o Projeto Open Business, um estudo internacional de casos de negócios baseados em formas alternativas de direitos autorais.

Com base nessa exposição cumpre reconhecer que esse entretenimento popular de lazer e interação social, isto é, na sua atual estrutura apresenta uma nova forma de trabalho, de negócio alternativo e geração de renda local com diferente forma de utilizar a mídia para divulgar a emergente economia local e a cultura regional. Sociabilidade, interação e influência da globalização em países e cidades emergentes. Esse recorte é cada vez mais necessário e indispensável para a elaboração de estudos e pesquisas, principalmente, no atual processo de globalização que por um lado aproxima culturas e povos distantes, ao mesmo tempo parece facilitar o reaparecimento de movimentos que padronizam a cultura e o relacionamento social. Nesse sentido, faz-se necessário questionar, como o "movimento" Brega Paraense está se articulando e se desenvolvendo no contexto do negócio alternativo? A Fusão e recepção das músicas do Caribe, de fato alterou ou foi adaptado ao atual estilo desse fenômeno da música regional? E, ainda, analisando por essa premissa pode-se dizer que a globalização mundializou determinadas relações culturais com as mídias alternativas e populares por meio da disponibilidade tecnológica?

Esses questionamentos podem ser correlacionadas com a definição de (GIDDENS, 2005), quando diz que a globalização pode ser entendida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que interligam diversas localidades distantes. Isso significa dizer que os acontecimentos locais podem se deslocar e se distanciar das relações onde foi modelada. Na verdade, a transformação local é uma extensão lateral das conexões sociais.

## 5. Mercantilização e sociabilidade para um negócio alternativo e midiático

Baseada nos estudos de autores voltados às questões da comunicação social para analisar a extensão dessas conexões sociais, nota-se, portanto, que a estratégia de mercantilizar um produto regional como a música Brega Paraense aproveitou-se da inerente "sociabilidade", proporcionada por esse fenômeno em não mudar o produto, mas adaptá-lo à cultura globalizada e comercial - não só como produto de exportação, mas também como "mensagens" para as diferentes classes sociais da própria região que, no primeiro momento de divulgação, desprezaram esse fenômeno da classe popular.

Sociabilidade, interação e a influência da globalização em países e cidades emergentes é um aspecto que deve ser analisado sob o ponto de vista do "multiculturalismo" (ORTIZ, 1994). Esse recorte é cada vez mais necessário e indispensável para a estruturação de uma pesquisa, principalmente, no atual processo de globalização e abertura de mercados que, se por um lado, aproxima culturas e povos distantes, ao mesmo tempo parece facilitar o reaparecimento de movimentos que padronizam a cultura e o relacionamento social.

De acordo com Georg Simmel (1858 -1918), "sociabilidade é uma forma pura de interação, sem um fim nelas mesmas". Para esse autor, a sociabilidade seria a interação da ordem do estar junto, da manutenção das relações sociais, desvestida de interesses (políticos, econômicos etc.). Com base nessa conceituação de Simmel (2006), a sociabilidade a qual esse artigo se refere é como citada por Adriano Duarte Rodrigues. Segundo Rodrigues (1990, p. 125): "A atual constituição de redes de solidariedade mediática oferece a experiência de um novo modelo de sociabilidade caracterizado pelo valor de conexão ao sistema de informação, transversal às formas tradicionais da sociabilidade". Com essa explicação, o referido autor diz que, "não é que essa nova forma de sociabilidade reticular tenha surgido de repente nem a sua implantação anula completamente as formas tradicionais". Ainda, segundo Rodrigues (1990), isso era conhecido no passado e na antiguidade em que múltiplas redes de relações sociais estabeleciam influência à distancia entre indivíduos e entre as culturas. Entretanto, essas formas de sociabilidade reticular num sistema técnico convertem em forma distinta de organização do espaço público de modo a se tornar em forma de mediação e de visibilidade das nossas relações e está acima das relações das pessoas próximas, ou seja, de convivência direta e imediata na vida pública e mesmo no trabalho. Rodrigues (1999, p.126), ainda adverte que, "Padoxalmente, as relações sociais são já hoje tanto mais diretas, no quadro das formas de sociabilidade reticular, quanto mais mediatizadas forem".

Para fins de análise é conveniente refletir que a cultura contemporânea e as formas de sociabilidade interativa expressiva (SIMMEL, 2006), (RODRIGUES, 1999), (ORTIZ, 1994) e sua interface com as atuais formas de comunicação local e regional estão passando por uma problemática de valores inteiramente nova e de adaptação. Com a diversidade de opções das mídias alternativas, individualmente ou em grupo pode-se utilizar diferentes formas de estratégias de marketing e apelos publicitários para promover, mercantilizar e distribuir livros, CD's, revistas e produtos culturais. Para tanto, há como estratégia o uso do marketing direto, propaganda, *homepage* e a disponibilidade da tecnologia digital. Assim, o movimento musical do Brega Paraense tem procurado estar presente em todos os segmentos da mídia. No momento há várias programações segmentadas em várias emissoras AM e FM sobre o Brega e sites que formam um ambiente midiático de consumo. Diante dessas opções de trabalho alternativo é possível, identificar esse movimento cultural e social como uma perspectiva de geração de renda e emprego, tendo em vista seu atual desenvolvimento.

A geração de renda relacionada à capacitação da população para o trabalho orientado em seus recursos locais sejam eles naturais ou culturais, precisam ser direcionados para satisfação das necessidades locais de maneira coerente com as necessidades do perfil da mão-de-obra regional. Essa discussão precisa ser melhor introduzida nesses movimentos sociais e culturais juntamente com as lideranças. Além de um trabalho estruturado para elaboração de políticas públicas que promova de forma interativa e sistematizada renda para todos participantes do movimento Brega Paraense.

A exemplo da Banda Calypso e Amor Perfeito que vendeu 50 mil cópias oficiais em um ano, no Pará, há várias bandas que trafegam nesse campo do entretenimento tendo como objetivo a difusão do Brega. Podem ser citadas as seguintes bandas: Sayonara (uma das mais tradicionais e de maior sucesso de público e venda de CD's do Norte, com mais de 44 anos de existência), Tanakara e Paixão do Calypso, "Pará Kalyente", Açai Tropical A Energia do Calypso, Banda Orlando Pereira (outra tradicionalíssima nas noites paraenses), Loirinha (Recife), Beijo De Moça, Halley, Calipso do Pará (Bahia), Furacão, Banda Mais Biss, Fruta Quente, Vendaval (Maranhão), As Leoas (São Paulo), Suingue Calypso, Xeiro Verde, Pará Calypso, Tempero da Tribo, Kassikó, Companhia do Calypso (Pará / Recife), dentre outras. Aqui há a constatação que se trata de uma rede social em que os atores sociais, cada um a seu modo tenta manter seu lugar nesse espaço público da música num mercado alternativo.

Além da escassez de pesquisa sobre essa rede social que pode ser denominada de Movimento Musical do Brega Paraense a pesquisa tem uma visão crítica desse cenário; a constatação de que no Pará não possui uma estrutura adequada, uma produtora de grande

porte que tenha o apoio de empresários e do governo. Por esse motivo, os artistas locais buscam apoio com empresários de outros estados. Por fim, pressupõe-se que com evolução da comunicação em nível tecnológico e globalizado e com a expansão da internet, a sociedade, mesmo de países emergentes como o Brasil utilize regionalmente diversas alternativas de comunicação interativa para promover a sociabilidade. Em decorrência disso, um aumento significativo de organizações e instituições podem passar a ver a comunicação e a eficiente utilização dessa, nas mídias, como uma das principais prioridades da contemporaneidade.

### **5.1 Algumas considerações jurídicas sobre o tema dos direitos autorais na legislação vigente.**

A Constituição Federal de 1988 assegura no artigo 5º (Dos Direitos e Garantias Individuais), nos incisos: XXII, o direito de propriedade; IX a liberdade da expressão da atividade intelectual, artística e científica e de comunicação, independentemente de censura ou de licença; XIII, o livre exercício de qualquer trabalho; XXIX, o privilégio temporário para a utilização, por parte dos autores, de seus inventos industriais; XXVII que estabelece aos autores de obras literárias, artísticas e científicas, pertence o direito exclusivo de utilizá-las. Esse direito é transmissível por herança, pelo tempo que a lei fixar e, enfim, no inciso XXVIII, alínea “b” assegura que o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras criadas. Da norma constitucional referida, pode-se perceber que as manifestações musicais que se transmitem pela música, como por exemplo os autores das composições e dos estilos variados do Brega, estão plenamente amparados pela lei para estabelecer base de proteção ao trabalho cultural regional.

Ocorre que ainda não é suficiente que a norma constitucional assegure os direitos de produção dos autores do Brega. É preciso que haja orientação para o registro do trabalho cultural produzido pelos “breguistas”, uma vez que, infelizmente, a “pirataria”, ou seja, a reprodução ou cópia do trabalho não autorizada pelo autor torna-se uma constante ameaça para o aproveitamento econômico do trabalho cultural. Segundo (DINIZ, 2002) a Lei 5.988/1973, no artigo 17, prescreve que o registro das obras intelectuais, que são imprescindíveis para a segurança dos direitos do autor deve ser feito na Escola de Música, a Biblioteca Nacional, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no Instituto Nacional do Cinema, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia. O que estabelece a Lei 5.988/73 serve para amparar os autores do estilo do Brega

a se proteger legalmente de cópia de terceiros que se utilizem como “falsos-autores”, ou seja daqueles que se apropriaram do material sem que tenham participado da verdadeira autoria.

Vale ainda mencionar que a legislação infraconstitucional vigente apresenta a Lei 9.610/98 que regula e define os direitos autorais. É importante que a legislação conhecida seja devidamente aplicada e difundida para que a sociedade se beneficie da proteção legal estabelecida. O valor da norma jurídica será mensurada a medida que para a sociedade sejam reconhecidos os benefícios que ela traz, tais como a proteção econômica, cultural e social da produção artística. O poder público neste contexto será um dos principais instrumentos de política de incentivo a distribuir os direitos de autoria para os criadores das obras artísticas. Desta maneira, certamente que a lei muito contribuirá para a sociabilidade e integração das culturas regionais no Brasil.

## **6. Notas conclusivas**

A intenção desta breve exposição foi introduzir uma reflexão para discutir a escassez de estudos relacionados à cultura popular, à mídia regional e ao impacto da globalização no espaço urbano das cidades paraenses. Com esse ponto de partida foi possível conhecer e discutir um fenômeno da cultura regional que trata da relação de sociabilidade urbana, comunicação, e mercantilização para entender como diversos segmentos sociais interagem para consumir um produto cultural como o "Brega Paraense". Igualmente, foi possível compreender como as estratégias de comunicação e marketing atuam sobre esse público, para mover um processo cultural, local, complexo e desafiador como objeto de análise dentro da temática de globalização, espaço urbano e sociabilidade. Também foi possível observar o que está implícito na proposta simples de reunir pessoas de classe social popular em estratégicas festas ou em “quintais” a céu aberto para ouvir e dançar Brega.

Bebendo cerveja e outras bebidas elaboradas com cachaça, a mais conhecida das bebidas brasileiras, cobrando um valor mínimo para a entrada, esse tipo de entretenimento popular tem proporcionado o envolvimento social da população de menor renda, que nos finais de semana, passa o tempo dançando e cantando até o dia amanhecer sob grandes holofotes de luz, caixas imensas de som de alta potência acústica de som. No final da festa consagra-se a compra de CDs e DVDs com as músicas e imagens vividas no local. O resultado é o lucro para os músicos, equipe de produção e entretenimento para esse segmento de público. Com isso, constatou-se que esse tipo de sociabilidade por meio da tecnologia é uma prática que está ocorrendo ao mesmo tempo em outros países denominados de periferias

globais porque se apropriam de tecnologia para gerar culturas locais com misturas do moderno com o tradicional.

Apesar da carência de estudos sobre o tema, os dados empíricos apontam que, assim como o *funk* no Rio de Janeiro, o Brega paraense é um movimento de periferia que ganhou público simpatizante em vários segmentos da sociedade. No entanto, ainda possui grandes desafios por sua simplicidade nas composições, letras pouco expressivas, simples refrões para a facilidade de memorização e desprovido de total preocupação com a estética musical. Nesse contexto, evidenciou-se a construção de espaço onde configuram diferentes atores sociais; fã-clubes, portal em sites oferecendo CDs, shows e endereço para contato com artistas. Nesse campo do espetáculo merece destaque o público que é assediado de diferentes maneiras para consumir o produto cultural Brega em diversos formatos.

Por fim, constata-se que há uma construção de um espaço público em que ocorre a exposição e utilização dessas novas tecnologias na atual cultura mundializada. Desse modo, espera-se que os estudos e pesquisas sobre esse tema possam contribuir para que os sistemas alternativos de negócios daquelas indústrias culturais periféricas sejam reestruturas de tal maneira que não permaneçam mais funcionando à margem da lei. A legislação vigente não pode ser considerada um obstáculo para promover a cultura e a clandestinidade. A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 é clara ao amparar o desenvolvimento da cultura e da expressão cultural. O estilo de manifestação musical deve ser protegido por lei. Na verdade, o Brega é um desses estilos de música que agrada parcela da população do país de diversos segmentos sociais. Serve, portanto, como um dos fatores de relevância de integração nacional por meio das culturas locais. Espera-se que o poder público deva, assim, incentivar na organização e na estruturação de eventos culturais, tais como, o Brega, uma vez que tornou-se muito relevante para promover a interação e sociabilidade nas cidades da Amazônia e agora em quase todo Brasil, além de promover emprego e renda.

## 7. REFERÊNCIAS

- DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.
- ESSINGER, Silvio. Brega: Divertido desafio ao bom gosto, disponível <http://clique.music.uol.com.br/br.genero/gênero.asp>. Acessado em 20/11/2006
- GIDDENS, Anthony. Sociologia. Porto Alegre: Artmed, 2005.
- HARVEY, David; A produção capitalista do espaço. São Paulo: AnnaBlume, 2ª edição, 2006.
- Lima, Luiz Costa (org.); Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra 1978 (2ª ed.)
- Krich, John; Orpheus' Kinder. Im Samba-Rhythmus durch Brasilien (Original: Why is this Country Dancing? New York, 1993). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1995.
- IANNI, Octavio. A Era do Globalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

- MEIRELLES, Filho, João Carlos. O livro de ouro da Amazônia: mitos e verdades sobre a região mais cobiçada do planeta: Ediouro, 2004
- MOLES, Abraham, O Kitsch. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- ORTIZ, Renato; Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense 1994.
- ORTIZ, Renato Outro Território: ensaios sobre a mundialização. Olho d'Água, 1996.
- PRESSLER, Neusa. O Brega Na Era Do Site: Origem, Desenvolvimento e Mercantilização de um Fenômeno da Cultura Regional. Trabalho apresentado no 8º Simpósio da Pesquisa em Comunicação (SIPEC) da Região Sudeste acontecido de 16 a 17 de março de 2001 na Universidade Federal do Espírito Santo em Vitória (ES).
- SANTOS, Milton. Da Totalidade ao Lugar. São Paulo: EDUSP, Coleção 7, 2005.
- MENDONÇA, Martina. Revista Simples Fonte: <http://revistasimples.com.br/> Martina Mendonça.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Comunicação e Cultura: A Experiência Cultural na Era da Informação. Presença Editorial, Lisboa, 1994.
- SCHWARTZ, José Clemente - jornal "Diário do Pará".
- SIMMEL, Georg. Questões Fundamentais da Sociologia: Individuo e Sociedade. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2006

## Notas:

- 
- <sup>1</sup> O Brega é um ritmo paraense originário do calipso americano, identificado com a dança, também chamada de Brega, mas de origem paraense. O Brega é uma dança paraense. É tocado e dançado com muita originalidade, colado corpo no corpo ou no vai e vem.
- <sup>2</sup> Axé Music é um movimento musical popular surgido no estado da Bahia na década de 80, durante as manifestações populares do carnaval de Salvador.
- <sup>3</sup> Brega Pop: São os componentes do rock. É um ritmo de batidas mais suaves, identificado no Brega romântico; o amor é explícito em todas as suas artimanhas. "O Calipso" (Grafia original) é um ritmo, bastante percussivo e originário do Caribe e países próximos. Seria uma fusão de culturas de diversos povos. Brega Calipso: É uma versão regionalizada da música americana no estilo chacundum. É a liberação das guitarras com visível centralização do som do Caribe.
- <sup>4</sup> Kitsch: objeto ou estilo que, simulando obra de arte, é apenas imitação de mau gosto para desfrute de um público que alimenta a indústria da cultura de consumo ou cultura de massa; atitude ou reação desse público em face de obras ou objetos com essa característica. (São exemplos de *kitsch* estatuetas de plástico que imitam obras clássicas, flores artificiais, certos moveis de fórmica). Mais detalhes sobre esse termo ver: Moles, Abraham, O Kitsch. São Paulo: Perspectiva, 2001
- <sup>5</sup> De acordo com Mendonça (2006): "As festas de aparelhagens rendem histórias intermináveis"; "São festas do subúrbio paraense, com muito tecnoBrega, caixas de som imensas, potência sonora lá nos céus e o tempo todo lotada. É o templo do movimento Brega. É onde se concentra boa parte da massa, seja bregueira ou não-bregueira – mesmo quem não curte muito o ritmo, acaba indo nem que seja para conhecer. O DJ rege a festa. É incrível. Ninguém fica parado. Todo mundo dançando, balde de cerveja no pé, na mesa... E a batida tecno predominando nas bases da grande maioria das músicas que tocam. Uma batida para lá de rápida como base, que tá caindo, sim, no gosto de outro nicho. As pessoas já falam bastante em tecnoBrega, a cada dia que passa surgem mais e mais artistas produzindo esse tipo de música e a resposta é sempre a lotação dos shows e as músicas na ponta da língua. Gaby Amarantos e DJ Iran ganham lugar de destaque no tecnoBrega. Fonte: <http://revistasimples.com.br/> Martina Mendonça.
- <sup>6</sup> Techno Brega - É uma música feita exclusivamente com mixagens. Possui implementos do Techno europeu, com batida mais acelerada. Na verdade o Techno Brega é a modernização do Brega Calipso, sendo todo produzido e mixado por recursos eletrônicos. Sua batida é originária do eletrorritmo sendo adicionadas guitarradas e muitos arranjos de teclado. Seu enredo varia de composições satíricas a músicas que falam do mais

---

íntimo sentimento tocando no fundo dos corações. Esse novo ritmo tem como principal características as coreografias que são aceleradas, compostas de jogos de braço, muitos giros e agilidade. (Fonte: [www.bandatecnoshow.com](http://www.bandatecnoshow.com))

<sup>7</sup> Ver reportagem completa: Revista Época, Edição 444 - 18/11/2006, sessão economia e negócios, “À prova de pirataria”.