

MODA BREGA POP: IDENTIDADE FEMININA NO FIGURINO DE MICHELLE MELO

Brega pop fashion: a female identity in the costumes of Michelle Melo

Silva, Amanda Danielle de Lima; Graduanda; Universidade Federal de Pernambuco, amandadelimaa@gmail.com¹
Bezerra, Amilcar Almeida; Doutor; Universidade Federal de Pernambuco, amilcar.bezerra@gmail.com²
Grupo de Estudos de Consumo de Moda (G-COMO)

Resumo

O presente trabalho objetiva compreender algumas relações simbólicas existentes entre a música “brega pop” e o figurino, mais precisamente em uma ramificação do movimento que se instaura no Recife. Para tanto, analisaremos o figurino da cantora Michelle Melo enquanto ferramenta para construção de uma nova identidade feminina que subverte padrões tradicionais ligados ao comportamento da mulher na sociedade.

Palavras Chave: moda, identidade feminina e brega

Abstract

This paper aims to understand some symbolic relationships between music "brazilian brega-pop" and costumes, more precisely in a branch of a pop music movement which is established in Recife. We will analyze the costumes of the singer Michelle Melo as a tool used as a means of building a new identity that subverts traditional patterns linked to the behavior of women in brazilian popular working classes.

Keywords: fashion, female identity, Brega Pop Music

¹ Graduanda em Design pela Universidade Federal de Pernambuco.

²Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e professor do Núcleo de Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Centro Acadêmico do Agreste (CAA). Atua na área de Comunicação com foco em teoria social da mídia e sociologia da cultura.

1. Introdução

No mundo de hoje o vestuário agrega significados relacionados a um novo regime de visibilidade incorporado pelos indivíduos modernos. Utilizado como ferramenta imagética para negociações simbólicas, o vestuário permite ao indivíduo moderno afirmar sua identidade e demarcar seu status e/ou filiação a grupos. Nesse contexto, a moda deve ser compreendida como um fenômeno social que acompanha as mudanças estruturais na sociedade ao longo do tempo. (GARCIA; MIRANDA, 2007, P. 14).

‘A roupa torna-se, portanto, uma expressão, apresentação, comunicação em diversas instâncias ou maneira de produzir a diferenciação de indivíduos, ou grupos assim como a interação entre estes. É precisamente enquanto uma forma de produção simbólica que a moda se aproxima não apenas de um corpus para a criação artística, mas de uma forma de comunicação’. (BRANDINI, 2007, p. 26).

A aproximação que o discurso da moda propicia entre um indivíduo e o meio social se pauta no processo de negociações/apropriações que o homem incorpora ao agenciar signos num “jogo” simbólico entre o “ser visto” e o “ver”, pautados na aparência e na necessidade do sujeito de edificar uma imagem que corresponda a seus anseios. (MAFESOLLI, 2003, P. 33). A identidade é construída considerando aspectos significativos produzidos pelas vestes e ornamentos com bases efêmeras, esteticistas e individualistas. Esta identidade do indivíduo moderno deve ser considerada como uma questão que está sempre sendo edificada e os sentidos como advindos de disputas e lutas sociais, se traduzindo em ato performativo (VILLAÇA, 2011, p. 28).

A bagagem cultural de cada indivíduo se reflete na construção de sua identidade como um todo. As interpretações dos significados irão depender, não só da maneira como foram produzidos, mas também do contexto no qual foram compartilhados. Como explica Fantini (2003, p. 19): “Mesmo que as pessoas carreguem os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias pelas quais foram marcadas, nunca serão unificadas, uma vez que se tornam o produto de histórias e de culturas interconectadas”.

A moda torna-se então, ao mesmo tempo, reflexo e agente do processo de reinvenção do cotidiano, um meio de traduzir a cultura de vida na sociedade e uma identidade individual e coletiva inscrita no dia-a-dia das pessoas.

2. Classes populares, consumo e identidade

A fim de compreender algumas características referentes às culturas populares na atualidade, devemos levar em conta a produção e os meios de consumo que refletem as elaborações específicas das suas formas de vida. Nas últimas décadas, profundas mudanças sociais ocorreram no cenário nacional, resultando no crescimento do mercado consumidor brasileiro. Com as necessidades básicas supridas, o consumo das classes populares se volta para a diversão, a estética, as festas e a moda, por exemplo. A obtenção de bens materiais como signo de identidade passa a integrar de forma mais efetiva a realidade desse grupo. Uma nova lógica produtiva nasce para permitir que as classes populares fixem suas características enquanto grupo e naveguem em meio a “ondas midiáticas” transitórias, expressando seu caráter livre, único e trazendo à tona referências simbólicas singulares que a constituem enquanto grupo social. (VILLAÇA, 2011, P. 30).

3. Movimento brega e estética da periferia

O movimento brega instaura-se nesta perspectiva plural, dando forma a uma estética massiva que revela características próprias de seus membros através de signos que geram sentimento de pertença a grupos sociais. O brega substanciado em forma de espetáculo constitui “identidades semióticas que tangenciam os seus sentidos para elaboração das subjetividades dos indivíduos contemporâneos”. (Garcia; Miranda, 2007, p. 24).

O *brega pop*, ritmo que se instaura principalmente na cidade do Recife, que sofreu influências do brega tradicional e do brega paraense, sobretudo, aborda temas ligados ao cotidiano das classes populares. Para isso, utiliza recursos como figurino, performance, palco e iluminação advindos de esferas culturais procedentes da cultura pop, agora transportados para periferia e recobertos de uma sensibilidade local, em um cenário *underground* subalterno midiático. (FONTANELLA, 2005, P. 23).

Os aspectos presentes na corporeidade do brega interligam o movimento a uma sensibilidade periférica que se estabelece através de relações vivenciadas pelos indivíduos e que se contrapõe as estéticas corporais idealizadas pelas classes hegemônica. Contudo, expressam uma dinâmica corporal com linhas de criação influenciadas por agentes da globalização, na qual a verdade e a fantasia dialogam nas recriações corporais dos indivíduos (VILLAÇA, 2010, P. 133).

4. Brega pop e identidade feminina

As identidades femininas acompanham essas performances, através dos discursos da liberdade sexual e das posições do poder, que ao longo dos

séculos vem sendo protagonizados por homens. A circulação e a apropriação desses discursos fazem emergir novos modelos de identidade feminina articulados às encenações performáticas e seus figurinos (VILLAÇA, 2010, p. 99).

As letras das músicas bregas também aludem a esse “jogo” das “novas identidades” assumidas pelas mulheres e contribuem para a construção de uma narrativa que agrega sentido às conotações sexuais expressas na performance e no figurino, ao mesmo tempo em que expressam um sentido de transgressão diante de uma ordem machista e conservadora.

“Apropriando-se de estratégias de deboche [...], na verdade, estão questionando o lugar subalterno a que foram condenadas. Subvertem a lógica de dominação masculina no sexo, trazendo a mulher para um lugar diferente do que se costumava a ver” (CAETANO, 2013, p. 04).

A visibilidade performática feminina na atual sociedade de consumo, atinge o imaginário da produção e da recepção midiática na periferia das grandes cidades brasileiras. Neste modelo de identidade feminina, a sexualidade é um elemento performático que põe em realce novos hábitos e comportamentos que implicam a reinvenção do corpo no tempo e no espaço. Além dos discursos e imagens que circulam na mídia, influenciam essa construção as condições de produção em novas produções de sentido, nas quais a mulher que antes era apenas um objeto sexual assume e expressa agora seus desejos.

Essa pesquisa procura compreender a dinâmica da identidade feminina no contexto do brega pop recifense por meio da análise de uma de suas representações: o figurino. O figurino utilizado em palco expressa um novo comportamento que reposiciona a maneira da mulher ver o mundo e a sua relação com o seu corpo, utilizando as produções disseminadas por meio de ‘mitos-modelos’ que reorganizam o imaginário local.

5. Figurino de Michelle Melo

Como objeto de análise para esta pesquisa escolhemos o figurino da cantora Michelle Melo, da banda Metade, um das principais da cena brega-pop do Recife. Propomos entender como a cantora se apropria e recria referências estéticas midiáticas de circulação global. Para isso produziremos não apenas um mapeamento dessas referências, mas também procuraremos saber quem são as pessoas responsáveis pela criação e confecção do figurino, que influências incorporam ao processo criativo, que materiais usam e sob que condições e intenções se dá o processo de criação e confecção das peças.

Como pode ser notado na seguinte declaração da própria Michele, vocalista da banda Metade, grupo musical pertencente ao fenômeno do brega Recifense, em entrevista a Thiago Soares, para seu artigo ‘Conveniências Performáticas no

show de brega no Recife: Espaços sexualizados e desejos deslizantes de *periguetes* e *cafuçus*': "Eu adoro ficar vendo DVDs de shows de cantoras internacionais, para me inspirar nos figurinos, não faço cópias, é inspiração, admiração pelo trabalho delas" (2012, p. 61).

Figura 1: Cantora Michelle Melo, (<http://adrianosilva762.blogspot.com.br/2013/08/michele-melo-e-banda-metade.html>), 2013.



Figura 2: Michelle Melo em suas apresentações, (http://4.bp.blogspot.com/-nixKtN6jSxA/UJ_KZ5NMDmI/AAAAAAAAADxk/hisuB0I-4yg/s1600/metade.jpg), 2012.



6. Relevância da pesquisa

Apesar dos trabalhos existentes sobre o brega pop, ainda existem poucos estudos que tratem especificamente do figurino como objeto de pesquisa nesse universo. Julgamos ainda, pertinente a discussão de gênero que pode ser feita por meio do estudo do brega pop, já que o papel da mulher vem sendo redefinido na periferia e o figurino no brega acaba se tornando uma ferramenta para expressar essa mudança. Nos preocupamos ainda, em estabelecer uma abordagem multidisciplinar que tente dar conta do objeto em suas múltiplas dimensões, entendendo o figurino como um elemento integrado à música, à performance e à identidade feminina no contexto do brega. Esperamos também contribuir para evidenciar como se dão os processos criativos em contextos periféricos a partir do mapeamento de suas limitações e possibilidades tanto simbólicas quanto materiais e das soluções encontradas para lidar com essas condições.

7. Objetivos

- a) Realizar análise estética e material do figurino de Michelle Melo com foco nas associações com discursos representativos da identidade feminina
- b) Relacionar os aspectos estéticos e simbólicos do figurino com outras linguagens que integram o universo de significados do brega, tal qual elementos de palco, cenários, músicas, coreografias, etc.
- c) Desvendar os processos de criação e confecção do vestuário dentro das limitações e possibilidades de um contexto periférico, tanto do ponto de vista simbólico quanto material, com foco nas soluções criadas para os problemas encontrados.

8. Método de pesquisa

Serão considerados os seguintes procedimentos metodológicos durante o desenvolvimento da pesquisa: pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, que consiste em toda a bibliografia pública sobre o assunto. Serão utilizados como fontes de pesquisas para a realização deste projeto: revistas, livros, artigos, monografias, teses de doutorado, assim como meios de comunicação como: entrevistas de televisão, vídeos e entre outros meios, oferecendo o reforço necessário para ampliar os conhecimentos.

Outra técnica de pesquisa empregada é a entrevista semiestruturada. Assim, acantora Michelle Melo será entrevistada com a finalidade de compreender os significados através de informações obtidas por meio de perguntas objetivas e subjetivas. A análise de conteúdo será empregada para estudar e comparar mensagens medindo clareza, identificando intenções e descrevendo características. Depois de coletado o material, o avaliaremos e interpretaremos conforme as categorias teóricas já enumeradas para alcançar os objetivos propostos.

9. Resultados e conclusões:

6

*10º Colóquio de Moda – 7ª Edição Internacional
1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda
2014*

Por meio das entrevistas e do material de mídia e vestuário pesquisados, pretendemos identificar quais significados de identidade feminina estão na base da confecção do figurino de Michelle Melo e de que modo - e por meio de que processo produtivo - esses significados são materializados no vestuário.

10. Referências

- BRANDINI, Valéria. Por uma etnografia das práticas de consumo. In: Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, vol. 4, n. 9, p. 153-169, mar. 2007.
- CAETANO, Mariana Gomes. MY PUSSY É O PODER. A representação feminina através do funk no Rio de Janeiro: Identidade feminismo e indústria cultural. Rio de Janeiro, 2013. Projeto de pós-graduação em Cultura e Territorialidades (PPCULT).
- CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas Híbridas. 4 ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. Discursos da Moda: Semiótica, design e corpo. 2º ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- FANTINI, Mali. Guimarães Rosa: fronteiras, margens, passagens. São Paulo: SENAC, 2003.
- FONTANELLA, Fernando Israel. A estética do Brega: Cultura de Consumo e o Corpo nas Periferias do Recife. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.
- GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. Moda é Comunicação: experiências, memórias, vínculos. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas. São Paulo: Zouk, 2003.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: Neurose. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.
- SOARES, Thiago. Conveniências performáticas num show de brega no Recife: Espaços sexualizados e desejos deslizantes de periguetes e cafuçus. In: Logos. Rio de Janeiro, vol. 19, n. 01, p. 55-67, Jan-jun 2012.
- SOUZA, Vinícius Rodrigues Alves de. A existência inexistente da música brega. In: ENECULT, Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, V. Faculdade de comunicação-UFBA, 27-29 maio. Anais. Salvador, 2009.
- VILLAÇA, Nizia. A Periferia POP na Idade Mídia. São Paulo: Estação das letras e Cores, 2011.
- _____. Mixologias: Comunicação e o consumo da cultura. São Paulo: Estação das letras e Cores, 2010.

