
FORRÓ, BREGA E CARTOGRAFIA: AGENCIAMENTOS POSSÍVEIS A PARTIR DE PRODUÇÕES MUSICAIS DE NORTE A NORDESTE

FORRÓ, BREGA AND CARTOGRAPHY: POSSIBLE ARRANGEMENTS FROM MUSICAL PRODUCTIONS FROM NORTH TO NORTHEAST

121

Weberson Ferreira Dias

Doutorando em Comunicação, Universidade Federal de Goiás (UFG)

webersondias@gmail.com

Geovanna de Lourdes Alves Ramos

Doutora em Educação, Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

geovanna_gigia@yahoo.com.br

Adão Machado Lima

Pós-graduando em Gestão Estratégica

da Inovação e Política de Ciência e Tecnologia, Universidade Federal do Tocantins (UFT)

adaoqui@gmail.com

Resumo

A presente pesquisa analisou produções musicais de forró e brega na perspectiva de refletir sua linguagem gráfica no contexto histórico dos anos de 1990. A análise visa responder à seguinte pergunta: que agenciamentos são feitos a partir da análise de encartes do CD da banda cearense Mastruz com Leite e músicas interpretadas pelo cantor paraense Roberto Villar, ambos na década de 1990? O artigo procurou pensar nas características estéticas e culturais presentes nas capas de CDs, e como as escritas das canções refletiam acerca das vivências e experiências da sociedade em questão. Na proposta foram analisadas as capas dos CDs do ano 1990 na perspectiva de refletir o contexto político e econômico tanto no Brasil como na Europa. Teóricos como Martín-Barbero (2015), Deleuze (1992) e Gohn (2001) possibilitaram a compreensão de conceitos relacionados à tecnologia, cartografia e às manifestações culturais. Nesse sentido, partindo da ideia rizomática de agenciamento, é possível observar que a música brasileira agencia o processo histórico a partir da elaboração, criação e implantação da linguagem escrita.

Palavras-chave: Cartografia; Forró; Brega; Mastruz com Leite; Roberto Villar.

Abstract

The present research analyzed musical productions of forró and brega in the perspective of reflecting its graphic language in the historical context of the 1990s. The analysis aims to answer the following question: what arrangements are made from the analysis of CD inserts by the band from Ceará Mastruz with Leite and songs performed by the singer from Pará Roberto Villar, both in the 1990s? The article sought to think about the aesthetic and cultural characteristics present in the covers of CDs, and how the writing of the songs reflected on the experiences of the society in question. In the proposal, the covers of CDs from the year 1990 were analyzed in order to reflect the political and economic context both in Brazil and in Europe. Theorists such as Martín-Barbero (2015), Deleuze (1992) and Gohn (2001) enabled the understanding of concepts related to technology, cartography and cultural manifestations. In this sense, starting from the

rhizomatic idea of agency, it is possible to observe that Brazilian music acts as an agency of the historical process from the elaboration, creation and implementation of written language.

Keywords: Cartography; Lining; Corny; Mastruz with Milk; Roberto Villar.

INTRODUÇÃO

Não é incomum encontrarmos agenciamentos no pensar deleuziano em produtos musicais no eixo Norte-Nordeste. Cada citação torna-se uma referência à outra coisa, que compõem o que Deleuze denomina de multiplicidade rizomática. Não se trata de representação, mas de nós que ligam e formam um elo de sentido que reforça determinadas características de um povo e/ou lugar.

A música é marcadamente um lugar de inúmeros agenciamentos, seja em referência enunciativa a características outras, seja em produtos culturais relacionados a bandas. Há sempre um agenciamento que linca com outro aspecto, às vezes do outro lado do mundo, mas que faz sentido para usuários e/ou consumidores.

A análise procura responder à seguinte pergunta: que agenciamentos são feitos a partir da análise de encartes do CD da banda cearense Mastruz com Leite e músicas interpretadas pelo cantor paraense Roberto Villar, ambos na década de 1990? As produções musicais dos artistas em questão nos possibilitam inferir como tais suportes midiáticos de veiculação da produção fonográfica perpassam a vida dos povos nortistas e nordestinos.

É a partir dessa leitura da produção dos CDs que esse artigo visa analisar as produções musicais de norte a nordeste, através dos encartes de CDs e letras de estilos musicais como o forró e brega, na perspectiva de refletir sua linguagem gráfica no contexto histórico dos anos de 1990.

Para a elaboração do texto apresentaremos a metodologia utilizada, especificando a intencionalidade da escolha dos CDs e seus respectivos encartes, bem como as músicas selecionadas. Nessa direção, será explicitado o conceito de agenciamento, na perspectiva de Deleuze e Guattari (1995), a fim de facilitar a compreensão da noção de agenciamento aqui abordada. Dando prosseguimento será apresentado a historicidade das Capas e CDs no Brasil, como também os encartes. Por fim, uma análise desse material visando compreender a trajetória musical escolhida pela Banda Mastruz com Leite e pelo cantor paraense Roberto Villar.

SOBRE O AGENCIAMENTO DELEUZIANO

Para a realização desta pesquisa, analisamos as capas de CD do Grupo SomZoom na perspectiva de investigar os informes e conteúdos contidos nos encartes visando compreender

os discursos postos no contexto histórico por meio das notas de texto impressas no verso das capas. Partiremos do pressuposto de que a produção dos CDs correspondem a uma série de interdições, que demandam questionamentos.

Há que se considerar também que subjazem aos encartes, além das marcas do contexto no qual eles foram produzidos, as intenções parcialmente ocultas, não reveladas de imediato e que, para ressaltá-las, faz-se necessário perscrutá-los, para, assim, poder trazê-las à superfície. Por conseguinte, mais necessário do que buscar o (suposto) sentido das palavras impressas nas linhas é dialogar com os múltiplos significados a que estão sujeitos os textos, elaborados a partir da apropriação e da construção realizada pelos leitores.

Do mesmo modo, é imprescindível questionar o seu *locus* de produção, interrogar o seu contexto, formular questões diversas, pois, nenhum texto — mesmo aparentemente mais documental, mesmo o mais ‘objetivo’ (por exemplo, um quadro estatístico traçado por uma administração) — mantém uma relação transparente como a realidade que apreende.

Assim, partiremos da análise dos encartes que normatizou a elaboração dos CDs do contexto estudado para, então, as cotejarmos com as práticas constituídas pelo público-consumidor. Esse estudo será fundamental para ampliar a compreensão daqueles em uma dimensão social, uma vez que poderemos encontrar pontos que colocará lado a lado realidades vividas por diferentes sujeitos.

Ademais, quando Gilles Deleuze propôs uma revisão nos modos de pensar da Filosofia, se posicionou dentro do que hoje conhecemos como Filosofia da Diferença. Buscando referências próprias na Filosofia, o autor desbanca a Filosofia da Representação e, de forma crítica, propõe um novo modo de ver o mundo, não mais como pré-existências, porém como existências em curso, em constituição, multiplicidades (Deleuze & Guattari, 1995).

Partindo da ideia de que linhas são eventos, circunstâncias, experiências e/ou acontecimentos e pontos são corpos (humanos e não-humanos) por elas atravessadas, Gilles Deleuze e Félix Guattari (2010) elaboram a noção de agenciamento, por creditarem à filosofia o papel de criação de conceitos, opondo-se à mera contemplação.

De forma didática, agenciamento é o encontro dessas linhas. Seguindo a metodologia cartográfica, trataremos agenciamento, portanto, como associações, acoplamentos, *links*, encontros, conexões de elementos diferentes (Deleuze & Guattari, 1995).

No caso das produções musicais, objeto da presente pesquisa, os encontros são cravados para demarcar um lugar ou reforçar uma forma de ser do povo nordestino e nortista. As músicas e produções de encarte, assim como a filosofia, rompem com a ideia de isolamento e de que

corpos heterogêneos não podem se fundir, coexistir.

BREVE HISTORICIDADE DO DISCO E DOS CDS NO BRASIL

Para compreendermos como o CD é usado para propagar um contexto de determinado momento histórico, neste caso, o brasileiro, é necessário refletirmos sobre a história do disco no país. O início de todo esse processo surge no final do século XIX, apesar da ausência de lojas e gravadoras. O fonógrafo, invento de Thomas Edison em 1877, gravava de forma mecânica as vibrações sonoras, mas no Brasil, a música gravada ganhou território 15 anos após a invenção, em 1892. A primeira gravadora nacional foi a Casa Edison, em homenagem ao inventor do fonógrafo, já no início do século XX. Interessante mencionar que os primeiros discos eram de vinil (uma chapa), de tonalidade preta, contendo no centro um rótulo denominado 'selo fonográfico' (Cascaes, 2016).

Entretanto, no ano de 1913, a Odeon, primeira fábrica de discos chegou ao país e proporcionou uma revolução na fabricação de discos no Brasil. Com produção em série, a Odeon era uma das maiores produtoras de discos mundialmente. Interessante explicitar a embalagem dos discos, visto que a comercialização não era em envelopes de papelão, pois eles vinham com rótulos de papel em formato redondo, ou seja, a embalagem do disco (Cascaes, 2016).

Nos anos de 1940, no país, a Odeon passa a concorrer com outras gravadoras, e novas tecnologias vão agregando formatos modernos, e o fonógrafo já era peça de museu. A maioria dos lares norte-americanos tinha como peça de destaque em suas salas de visitas o móvel que continha uma potente caixa de som, espaço para os álbuns de 78 rpm e um toca-discos. Em 1945 surge o primeiro modelo de envelope, com ilustrações/imagens temáticas. Essas ilustrações/imagens interagem com o disco (Marques Filho, 2009).

A partir dos anos de 1950 e posteriores, as capas ganham um novo formato, trazendo informações sobre o compositor, nome da canção e fotografia do artista intérprete. Nos anos 90 do século XX chegam os CDs, e com eles um formato de encarte totalmente diferenciado em relação ao visto nos moldes do disco de vinil. Além da redução dimensional temos o encarte bem elaborado. Waldir Ferreira (1993) observou, à época, que a composição das capas dos discos de vinil estava sendo colocada em cheque com a invenção dos CDs, já que muitos "designers" não tinham familiaridade com o tamanho e a forma do CD.

É a partir dessa leitura da produção dos CDs, especificamente os encartes, que esse artigo visa analisar as produções musicais de norte a nordeste, através das capas de CDs de estilos musicais como o forró e brega na perspectiva de refletir sua linguagem gráfica no contexto histórico dos

anos de 1990.

Ao cogitar a tecnologia como uma linha rizomática da vida social, vemos uma ampla repercussão nas manifestações culturais “seja nos seus mecanismos de produção, distribuição, ou mesmo em seus estilos e tendências” (Gohn, 2001, p. 01). Investigar as capas de CDs permite refletir na tecnologia presente, seja no processo de sua criação, seja na repercussão social e cultural. Essa pesquisa vê as capas de CDs não como uma simples identificação ou proteção de um produto, mas como uma introdução ao seu conteúdo musical e, principalmente, como um meio de diálogo com o contexto pesquisado.

Segundo Rodrigues (2007, p. 14), de meros envelopes cuja função era proteger os primeiros discos do início do século XX, as capas se converteram em embalagens/objetos que podem remeter a conteúdos específicos dos discos. Nessa direção, o autor menciona que as capas registram “graficamente questões comportamentais ou estéticas do momento social, além de acompanhar as grandes mudanças na música popular brasileira”. Em concordância com Martín Barbero (2015, p. 35), a tecnologia não é restrita somente a artefatos e maquinaria, mas também a “novos modos de percepção e linguagem”.

Mas como analisar as capas de CDs sem pensar o contexto em que as mesmas foram produzidas? O que ocorria no Brasil, em termos políticos, econômicos e sociais, como também globalmente? Nos anos 90 do século XX vivenciamos a instabilidade econômica com o confisco de poupanças por parte do governo, refletindo cotidianamente na vida do brasileiro. Nos anos 90 vimos o colapso da União Soviética e o fim da Guerra Fria, seguidos pela consolidação da democracia, globalização e capitalismo global. Nesse período é marcante a Guerra do Golfo e a popularização do computador e da internet.

A sociedade estava envolta, especificamente aos ideais de racionalidade e do “privilégio dos aspectos técnicos racionais sobre os sociais e humanos” (Pereira, 1988, p. 29), advindas sobretudo, pelo crescimento da industrialização e desenvolvimento de setores de comunicação e informação (Sevcenko, 2001, pp. 24-25).

No eixo norte e nordeste, *lócus* dessa pesquisa, alguns nomes devem ser considerados. Destaque para o crescimento da Rede SomZoom Sat, especialmente na década de 90. Renomada no Ceará e fora dele, a gravadora do grupo conquistou fãs e criou muitos produtos culturais: banda de forró, rádio, revista, entre outros. Foquemos nas bandas de forró.

Embora Magalhães (2003) defenda que os discursos das capas dos CDs não possuem, *a priori*, uma preocupação informativa quanto à produção de sentido, verificamos que as produções do grupo SomZoom fogem a essa regra. Nas capas do CD da SomZoom, o ilustrador retrata a

realidade do homem nordestino: religiosidade, situações inusitadas do cotidiano (traições, brigas, etc), desejos carnavais e temas da atualidade (tatuagem, namoro na internet, etc). Também eram comuns referências ao nordeste: cacto, terra seca, triângulo, zabumba e sanfona¹.

Mas havia na parte traseira do encarte um pequeno texto que nos chama atenção e é alvo de investigação neste artigo. A frase inserida nos primeiros CDs da gravadora, quando destacava onde havia sido gravado e masterizado o CD, quase sempre, os idealizadores do formato da capa colocavam referência ao nordeste e em alguns casos, sobre fatos marcantes de membros da própria equipe, familiares ou relacionados à natureza, como o clima e a lua, por exemplo. Costa e Rodrigues (2017, p. 17) observaram que a cultura nordestina midiaticizada em suportes tecnológicos faz parte de um processo de comunicação que além de produzir sentido, “busca gerar identificação com o público-consumidor do seu produto”.

O FENÔMENO MASTRUZ COM LEITE

Foi a SomZoom quem idealizou a criação da banda Mastruz com Leite. Pioneira no forró eletrônico, o grupo foi fundado em 1990 pelo empresário Emanuel Gurgel, que a criou para tocar exclusivamente o forró, numa época em que as famosas bandas bailes da região cearense renegavam tocar o ritmo. A ‘mãe do forró eletrônico’ fez parte do movimento *oxent music*, introduzindo bateria, guitarra, baixo, saxofone e teclado, “criando novos padrões do forró, tornando-o estilizado, eletrônico” (Faria, 2002, p. 22). Embora contrariasse alguns e agradasse a muitos, tanto que a banda está em atividade até hoje, demarcou um espaço musical, tornando-se responsável pela renovação do estilo da música popular Nordestina e consagrando sucessos como “Meus Vaqueiro, meu peão” e “Meio dia”. É inegável, como analisou Trotta (2012), que a valorização do sertão tenha fortalecido mercadologicamente o forró.

Para esta análise, utilizaremos como recorte duas capas da banda de forró Mastruz com Leite: a capa do CD vol. 4 “Rock do Sertão” (1994) e a do CD vol. 6 “O boi Zebú e as formigas” (1995), ambos do início da carreira da banda. Para a análise dos encartes será necessário manter diálogo com os mesmos com o objetivo de sempre problematizá-los a partir do pressuposto de que a produção de textos escritos nesse material pesquisado correspondem a uma série de interdições e inúmeras representações que necessitam ser questionadas, tais como a importância de se contextualizar a produção desses encartes e de se atentar para o lugar social do pesquisador.

¹ Rios (2015, p. 105), em dissertação sobre as representações de gênero no forró eletrônico, observou que Mastruz com Leite sempre trazia imagens de mulheres mais recatadas nas capas dos CDs. Chamou a atenção o CD Tatuagem, quando a banda estampou na capa do seu 12º álbum, de 1997, “a imagem de uma bunda feminina trajando calcinha minúscula e sendo tatuada nas nádegas”.

Em uma das edições do CD “Rock do Sertão”, o encarte trazia a seguinte frase: “Gravado e mixado em 24 canais na SomZoom Stúdio em Fortaleza, durante as comemorações do sesquicentenário de nascimento do Padre Cícero”. Para além do ofício religioso, Cícero Romão Batista (1844-1934) foi importante político no sertão cearense do Cariri. Natural de Crato (CE), Padre Cícero ampliou sua popularidade após o suposto milagre da hóstia, em 1889. Dizem que ao colocar o pedaço de trigo na boca de uma devota, a hóstia teria se transformado em sangue (Lourenço Filho, 2002).

“Padim Ciço”, como também era conhecido, morreu aos 90 anos de idade. A citação no CD da banda cearense faz referência aos 150 anos do nascimento do padre, uma homenagem ao santo do catolicismo popular. Essa relação da SomZoom, em fazer referência, ao “Padim Ciço” reafirma a memória do santo padroeiro nordestino ao mesmo tempo em que abre a possibilidade da edição do CD “Rock do Sertão” ser conhecida para além da região nordestina. Ademais o sacerdote não é conhecido somente pelo povo brasileiro, mas mundialmente pela sua trajetória religiosa.

Em relação aos encartes dos CDs, especificamente os da Banda Mastruz com Leite, nota-se que a tonalidade dominante é a verde e o amarelo-alaranjado, cores da bandeira do Brasil. Além das tonalidades mencionadas, é visível desenhos de cacto, planta nativa comum no nordeste. De fato há uma simbologia que liga a caatinga e o nordeste por meio da planta, e é um dos símbolos de tradição que demonstra a força do homem nordestino, sempre resistente às estações do ano. A linguagem reforça características do povo nordestino e o encarte tem o poder simbólico dá visibilidade à região. Interessante pontuar que em alguns encartes da banda vemos além do cacto em formato de viola/violão uma sanfona e um triângulo musical, idiofone de percussão feito em metal usado na música brasileira como o forró.



Figura 1 - Encarte do CD Rock do Sertão.

Fonte: www.forroemvinil.com

As tonalidades e as imagens contidas nos encartes dos CDs devem ser escolhidas com cuidado, pois apresentam e destacam uma ilustração caricatural, às vezes não-realista, mas próxima ao real do mundo. Ademais também é notável o logotipo, a letra e a mesma interfere na identificação, diagramação e composição do produto.

No CD “O boi Zebu e as formigas”, o designer, no encarte, assim expressou: “Gravado e mixado na Som Zoom Stúdio em Fortaleza-CE, durante o aniversário do poeta Patativa do Assaré em 1995”. Poeta e repentista nordestino, Patativa do Assaré (1909-2002) ficou reconhecido mundialmente pela sua linguagem simples. Cearense, seu principal poema é “Triste Partida”, musicado e gravado por Luiz Gonzaga em 1964 (Carvalho, 2011; Rebouças, 2017).

A importância de Patativa não passaria em branco para o Mastruz com Leite, que gravou um de seus poemas e o incluiu como música carro-chefe do CD, uma forma de reconhecimento por retratar em sua obra a vida do homem sertanejo, marcada por dificuldades e batalhas. Em 1995, quando gravou o CD que, de forma inédita, eternizou a voz de Patativa em uma produção fonográfica, o poeta de Assaré completava 86 anos de vida. Patativa morreria sete anos depois, aos 93 anos de idade.

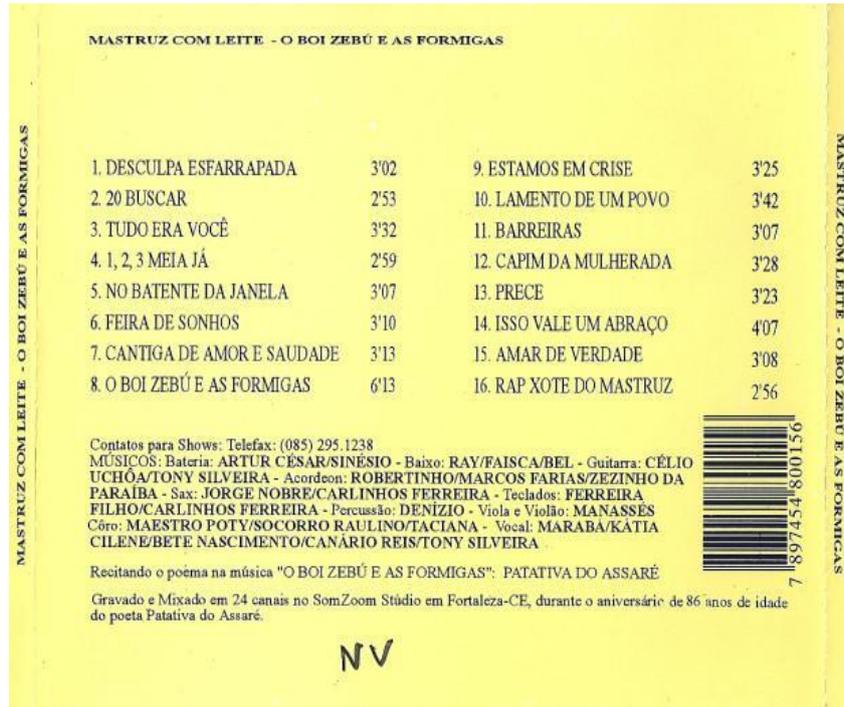


Figura 2 - Encarte do CD O boi Zebu e as formigas

Fonte: www.forroemvinil.com

No caso do encarte o “Boi Zebu e as formigas” as tonalidades amarela e verde também são predominantes. O Boi Zebu carrega uma sanfona; corpulento e pesado o boi é carregado por formigas. A depender da cadeia interpretativa, o Boi Zebu pode ser os poderosos. E, as formigas? pode, do mesmo modo, ser o povo.

No poema “Vaca Estrela e Boi Fubá”, o poeta mistura a variedade urbana de prestígio e uma variedade regional, possível nas seguintes estrofes: ‘seu dotô me dê licença pra minha história contá’ e ‘aquela seca medonha fez tudo se trapaia, não nasceu capim no campo para o gado sustentá’. Patativa de Assaré retrata, por meio do poema, a realidade do povo nordestino; a Vaca Estrela e o Boi Fubá que não resistem a forte seca que acomete a região.

No encarte há uma sátira entre a realidade vivida pelo povo nordestino e as divergências econômicas e político-sociais, como também questões sociais como a seca, dificuldades climáticas que são elementos primordiais para repensar a disputa política e as relações econômicas e políticas do país.

O PAPUDINHO ROBERTO VILLAR

Para além dos encartes, os agenciamentos também podem ser observados em letras de músicas. No norte, o principal nome a ser lembrado nesse quesito é Roberto Villar. Cantor de

brega paraense que fez muito sucesso nas décadas de 80 e 90 em Belém do Pará, especialmente após a gravação do CD Ator Principal, no qual consagrou a música “Profissional Papudinho”, em 1997. É nele que buscamos as referências que pretendemos abordar neste artigo, mais propriamente a partir das músicas “SOS Pro Amor”, “Aventureiro Garimpeiro” e “Sônia”.

A década de 80 mudou para sempre a história da música paraense a partir do *boom* com o surgimento do cantor Roberto Villar, natural de Primavera, região nordeste do Pará. Os CDs gravados por ele abandonam a ideia do antigo brega e passaram a apresentar um ritmo dançante e *swingado*, o chamado *brega pop*, que mais tarde se chamaria *calypso*. Roberto Villar consagrou sucessos como “Profissional papudinho” e “Ator Principal”, tornando-se reconhecido no Brasil inteiro como o “rei do *calypso*”. Hoje evangélico, em vídeos do youtube Roberto Villar se denomina ex-papudinho (Farias & Chaves, 2015).



**Figura 3 - Capa do Cd do cantor Roberto Villar, gravado em 1997.
Fonte: open.spotify.com**

Além de divulgar o Pará para o mundo, percebemos ainda outra particularidade na carreira profissional do cantor. Elementos como identidade e identificação foram determinantes para o sucesso. Mas não só. A nosso ver, Villar em suas letras fazia emergir inúmeros agenciamentos, a partir de referências geográficas e culturais de seu Estado de origem. Apesar do merecido

reconhecimento, queremos explorar neste artigo outra vertente das músicas do referido cantor. Inquieta-nos descobrir quais agenciamentos são feitos pelo cantor Roberto Villar observando a história cultural do Pará e o que delas podemos aprender à luz da filosofia de Gilles Deleuze.

Tomamos para esta análise parte do CD vol. 5 “Ator Principal”, lançado em 1997, em Castanhal (PA). O CD trouxe 17 faixas, mais da metade dele com particularidades que remetem a aspectos do cotidiano paraense. Para nossa análise, selecionamos três canções: “Sereia”, “Aventureiro Garimpeiro” e “Sônia”.

Passemos, pois, à análise de agenciamentos citados por ele nos trechos musicais. Na música “SOS Pro Amor”, o cantor relata a existência de um amor distante, que não envia notícias há anos, o que o faz acreditar que não mais voltará, apesar de toda insistência. Em um trecho, diz: “Eu não sei se você foi pro Irã e morreu na guerra ou será que você se esconde de mim.”

Embora esteja no contexto local e peça socorro ao SOS de Belém, o autor associa o desaparecimento do amor à Guerra Irã-Iraque, conflito bélico que envolveu duas nações asiáticas e perdurou oito anos, de 1980 a 1988. A disputa expôs o choque de interesses entre Iraque, que objetivava conquistar áreas iranianas ricas em petróleo e frear o avanço da Revolução Islâmica, iniciada em 1979; e o Irã intentava conquistar territórios no Iraque para formar uma grande república xiita. Questões religiosas e territoriais foram o estopim para o início da guerra, que dizimou um milhão de vidas e nem Irã e nem Iraque atingiram seus objetivos no conflito (Gilbert, 2016; Silva, s/a).

A ausência do amor a coloca em suspeição quando a relaciona à Guerra Irã-Iraque. O cantor coloca a existência dela em desconfiança quando, de forma figurada, suspeita que ela pode ter morrido na guerra, como mais de um milhão de mortos civis e militares no contexto do combate em questão. Uma espécie de liberdade poética irônica quanto ao sumiço da amada.

Outra música que nos atrai o olhar é “Aventureiro Garimpeiro”. Em um dos versos Roberto Villar entoou: “Eu sou brasileiro, eu sou nortista, soy latino americano da boca do Amazonas. Aqui é só tristeza, mando te dizer paixão, sou um aventureiro garimpeiro do sertão”. Nesse excerto percebe-se vários agenciamentos.

Além de retratar o orgulho de ser latino-americano (demarcado pelo verbo “sou” em espanhol), brasileiro e nortista, Villar busca suas referências na comunidade amazônica para dar visibilidade ao ofício de garimpeiro. Profissão comum no Pará, especialmente entre os anos de 1980 e 1983, a partir da estrutura de Serra Pelada. Famosa no mundo inteiro como o “formigueiro humano”, Serra Pelada está localizada no município de Curionópolis.

A categoria sertão também surge na letra da música. O autor coloca a palavra não apenas para

se referir a Amazônia enquanto ambiente inóspito, mas para demonstrar que há vida e vidas que (se) ama(m), se conectam e não estão totalmente isoladas, como alguns ainda pensam. Em obra clássica nas ciências sociais, Lima (1999) demonstra que o sertão, para além de um lugar meramente físico-geográfico (ou paisagem), está envolto em movimentos de existência, quase sempre sofrida.

A música “Sônia” (ou “Te Encontro Em Marabá”), diz logo na primeira estrofe: “Você sumiu meu bem de mim na estação e o trem partiu e eu não vi qual a direção. E me informaram que foi de São Luís pra Marabá, que fica na Transamazônica sul do Pará”.

Há, do mesmo modo, agenciamentos na música. O primeiro deles diz respeito à Estrada de Ferro Carajás (EF-315), cujo itinerário parte de Parauapebas (PA), conduzindo passageiros até São Luís (MA) e de lá retorna três vezes por semana. A EFC foi inaugurada em 1985 e pelos seus trilhos são transportados 350 mil passageiros por ano. A viagem é relativamente em conta e dura mais de 13 horas em quase 900 km. A Estrada de Ferro Carajás possui um dos maiores trens de carga em operação regular do mundo, segundo a Vale (“Estrada de Ferro Carajás”, s/a). Na música, o autor se refere a uma despedida na estação de Marabá (PA), uma das cinco estações de parada do trem. Uma partida que demonstra ter sido dolorida.

O segundo agenciamento coloca no eixo do calypso a Transamazônica (ou BR-230), que corta o Brasil no sentido leste-oeste e grande parte dela não é pavimentada, o que a faz ser conhecida nacionalmente pelo difícil acesso. Uma das maiores do país com mais de quatro mil quilômetros, a rodovia é o principal elo dos paraenses, sendo parte inclusive de suas histórias. Inaugurada em 1970, durante a Ditadura Militar, a rodovia federal tem sua importância histórica no que diz respeito ao estímulo de imigrantes advindos do Sudeste, Nordeste, Centro-Oeste e principalmente do Sul do país para ocuparem o Pará e sua utilidade enquanto escoadora de produtos dentro e para fora do Estado (Cunha, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora a noção de agenciamento ainda esteja em grande parte ligada a um conceito filosófico, foi nossa função nesse artigo transpô-la para a realidade do mundo, aplicando-a a um exemplo vivo. A ideia é facilitar a compreensão a partir de exemplos da cena musical brasileira, objetivando pensar também a profundidade de tais produções quando associadas a marcadores temporais históricos.

Assim, Roberto Villar e Mastruz com Leite se aproximam, e também se agenciam, quando fazem parte da cultura dos povos nortista e nordestino, respectivamente. Villar fez sucesso para

além das fronteiras nacionais com a música “Profissional Papudinho” e “Ator Principal” e Mastruz com as músicas “Meu Vaqueiro meu peão” e “Meio dia”. Os dois produtos artísticos, e também midiáticos, sendo parte da cultura de seus Estados de origem, carregam uma potência de enunciar agenciamentos que se referem a seus reais locais de fala.

Roberto Villar enfoca para além do amor não correspondido, comum em outros estilos musicais, dá ênfase na dificuldade de contato à distância, o suposto isolamento da região amazônica frente a outros centros metropolitanos e visibiliza pontos turísticos e culturais do Estado do Pará, como forma de agenciar tais lugares em suas interpretações.

Mastruz com Leite, por seu turno, busca retratar as dificuldades do homem nordestino, tanto com relação à seca, à fome, ao trabalho árduo no sol quente e a luta pelo cultivo da terra. As capas de CDs fazem parte de estratégias discursivas construídas pelo grupo fonográfico SomZoom. Essa simbologia dada ao homem nordestino ainda é vista e descrita na composição de um povo sofredor e de vida dolorida, mas que lhes credita o orgulho de ser nordestino.

Ambos incutem no sertão nordestino e na região amazônica a ideia de atraso e até de incomunicação, embora saibamos que a história mostra o contrário. O nordeste e o norte aparecem na historiografia em toda a sua ambiguidade, o que não impede a formação de uma homogeneidade regional que ainda não foi superada. Apesar disso, os artistas, a partir de seus produtos culturais, fazem um contraponto dessas regiões com outras regiões brasileiras, haja vista da visibilidade que é dada ao sudeste e sul do Brasil, seja politicamente seja economicamente, pelo próprio processo histórico construído na mentalidade da sociedade brasileira.

Embora o corpus da análise se refira a um recorte, nossa visão se amplia às práticas sociais. De “baile reles” (Casculo, 1972), por exemplo, o forró ritmo, assim como o brega paraense, conquistam novos espaços nacionais a partir da década de 1990 (Cavalcante & Paiva, 2007). Villar e Mastruz compõem um capítulo importante nessa virada da difusão da música nordestina e nortista. Trata-se agora da música regional espetacularizada, da música como fenômeno comunicacional.

É possível observar que modelos alternativos de circulação midiática correspondem a formas diferenciadas de compartilhar pensamentos e valores através da experiência sociomusical, abastecendo seu público com visões de mundo e padrões de comportamento específicos (Trotta, 2009, pp. 103-104).

Nesse sentido, as produções fonográficas abrem uma possibilidade de circular na sociedade os ritmos, pensamentos, experiências, concepção de mundo, atitudes e práticas por meio da transmissão de uma linguagem escrita via ritmo musical brasileiro. Deste modo, é inegável que

tanto os encartes e as músicas dos CDs propiciam o entendimento de uma linguagem visual, por meio das ilustrações, formato, letra, cores, composição, diagramação e fotografias, que sempre se voltam para seu real consumidor e preocupa-se em retratá-lo: o povo brasileiro.

REFERÊNCIAS

- Carvalho, G. (2011). *Patativa do Assaré: pássaro liberto* (2ª ed.). Fortaleza: Museu do Ceará.
- Cascaes, J. C. S (2016). *Fonógrafos e Gramofones: mediações técnicas em Porto Alegre (1892 – 1927)*. (Dissertação de Mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.
- Cascudo, C. (1972). *Dicionário do Folclore Brasileiro*. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações S/A.
- Cavalcante, A. & Paiva, F. (setembro, 2007). SomZoom: música para fazer a festa. In *Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-14). Santos, SP.
- Costa, F. & Rodrigues, J. (2017). Enunciações de gênero no forró eletrônico: uma análise das capas de cds da banda Garota Safada. *Lumina*, 11 (1), 1-20.
- Cunha, M. A. D. (2011). *Tão longe, tão perto: a identidade paraense construída no discurso da mídia do Sudeste brasileiro*. (Tese de Doutorado). Universidade Estadual Paulista, Araraquara, SP.
- Deleuze, G. (1992). *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1995). *Mil platôs - capitalismo e esquizofrenia*, vol. 1. Trad. de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2010). *O que é filosofia*. Trad. Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Munoz. São Paulo: Ed. 34.
- Estrada de Ferro Carajás. (s/a). *Portal Vale*. Recuperado de <http://www.vale.com/brasil/pt/initiatives/innovation/carajas-ailway/paginas/default.aspx>.
- Faria, C. N. (2002). Puxando a sanfona e rasgando o nordeste: relações de gênero na música popular nordestina (1950-1990). *Revista de Humanidades Mneme*. 3 (5), pp. 1-35. Recuperado de <https://periodicos.ufrn.br/mneme/article/view/149/139>.
- Farias, C. & Chaves, D. (2015). Hibridismos culturais, fronteiras estéticas e tecnobrega como fenômeno na História da Música Amazônica. *Boletim Historiar*, 2 (7), 3-24.
- Ferreira, W. (1993). *Capa de disco: o processo de embalagem da música como produto artístico e de marketing* (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Gilbert, M. (2016). *A história do século XX*. São Paulo: Planeta.
- Gohn, D. (setembro, 2001). A Tecnologia na música. In *Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação* (pp. 1-13). Campo Grande, MS.

- Lima, N. T. (1999). *Um sertão chamado Brasil: intelectuais e representação geográfica da identidade nacional*. Rio de Janeiro: Revan/IUPERJ-UCAM.
- Lourenço Filho, M. B. (2002). *Juazeiro do Padre Cícero*. Brasília: MEC/Inep.
- Magalhães, F. L. (2003). Fronteiras discursivas: cisões indivisas. In *Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-18), Belo Horizonte, MG.
- Marques Filho, B. P. (2009). *A gente faz o que o coração dita: análise semiótica das capas de discos de Dorival Caymmi* (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Martín-Barbero, J. (2015). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Pereira, C. A. M. (1988). *O que é Contracultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Rebouças, M. M. (2017). *Patativa do Assaré: poesia, canção e consciência* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.
- Rios, D. M. D. V. (2015). *É festa, amor e sexo? Um estudo sobre as representações de gênero no forró eletrônico*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE.
- Rodrigues, J. C. (2007). *Anos Fatais: Design, Música e Tropicalismo*. Rio de Janeiro: 2AB.
- Sevcenko, N. (2001). *A corrida para o século XXI: no loop da montanha russa*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Silva, D. N. (s/a). *Guerra Irã-Iraque*. Portal Brasil Escola. Recuperado de <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/a-guerra-ira-iraque.htm>.
- Trotta, F. (2012). Música popular, valor e identidade no forró eletrônico do Nordeste do Brasil. In *Anais Eletrônicos da LASA* (pp. 1-16), México.
- Trotta, F. (2009). O forró eletrônico no nordeste: um estudo de caso. *Intexto*, 1 (20), 102-116.

Informações do Artigo / Article Information

Recebido em: 10/06/2022

Received on June 10th, 2022

Aprovado em: 11/07/2022

Accepted on July 11th, 2022

Publicado em: 30/08/2022

Published on August, 30th, 2022

Conflitos de Interesse: Os(as) autores(as) declararam não haver nenhum conflito de interesse referente a este artigo.

Conflict of Interest: None reported.

Avaliação do artigo: Artigo avaliado por pares.

Article Peer Review: Double review.

Agência de Fomento: Não tem.

Funding: No funding.

Como citar este artigo / How to cite this article

APA

Dias, W.F. et al. (2022). Forró, Brega e Cartografia: agenciamentos possíveis a partir de produções musicais de Norte a Nordeste. *Rev. Mult. Amapá - REMAP*, 2 (1), 121-136.

ABNT

DIAS, W.F.; RAMOS, G.L.A.; LIMA, A.M. Forró, Brega e Cartografia: agenciamentos possíveis a partir de produções musicais de Norte a Nordeste. **Rev. Mult. Amapá - REMAP**, Macapá, v. 2, n.2, 2022.

