

Comunicação popular: brega-funk como canal de emancipação cultural para as comunidades periféricas¹

Andressa Carolina da Silva LIRA²
Emerson Saboia Pires de SÁ³
Maria Eduarda LAVOISIER⁴
Ricardo Bezerra de Oliveira FILHO⁵
Dario Brito ROCHA JÚNIOR⁶
Universidade Católica de Pernambuco - Unicap

Resumo

Esse artigo aborda a importância do brega-funk, que nasceu dentro das periferias do Recife e nacionalizou-se no ano de 2018 com a consagração de diferentes artistas. Apesar de ainda ser marginalizado e considerado inferior por alguns conservadores, o ritmo se tornou uma expressão cultural pernambucana, assim como o frevo e o maracatu. Diante de um quadro midiático em que plataformas digitais regem a nossa forma de consumir conteúdos na internet, percebe-se a importância do gênero brega para a emancipação de notícias dentro das comunidades, tornando os próprios moradores protagonistas da informação. Além disso, o ritmo consegue permear em diversas classes, promovendo um diálogo com troca de informações e dando vozes à população historicamente silenciada.

Palavras-chave: Comunicação popular; folkcomunicação; brega-funk

Introdução¹²

Desde a sua origem na década de 80, o ritmo brega esteve presente em muitas rádios do norte e nordeste brasileiro, apesar de, muitas vezes, ser taxado como algo “cafona” e marginalizado por fazer parte do dia a dia de grande parte da população periférica. Mesmo tendo uma fase de sucesso por volta dos anos 90, a música brega sucumbiu às classificações pejorativas e foi desaparecendo da mídia massiva.⁵⁶

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Indústrias Criativas (PPG Criativas) e dos cursos de Jornalismo, de Publicidade e Propaganda e de Jogos Digitais da Unicap. Pesquisador permanente dos grupos "Createch - Tecnologias Aplicadas ao Desenvolvimento de Soluções e Produtos em Indústrias Criativas" e "Mídia e Cultura Contemporânea", certificados pelo Diretório de Grupos do CNPq. Orientador deste trabalho.: dario.brito@unicap.br

³ Aluno do 8º período de Jornalismo da Unicap. Bolsista PIBIC CNPq. ricardo.2018202202@unicap.br

⁴ Aluna do 5º período de Jornalismo da Unicap. Bolsista PIBIC Unicap/Fasa. andressa.2019205370@unicap.br

⁵ Aluno do 7º período de Jornalismo da Unicap. Bolsista PIBIC Unicap/Fasa. emerson.2018201994@unicap.br

⁶ Aluna do 6º período de Jornalismo da Unicap. Bolsista PIBIC Unicap/Fasa. Maria.2019106309@unicap.br

O brega-funk, como a própria palavra já diz, é uma junção do batidão do funk com a erotização do brega. O ritmo teve como base as batalhas de funk dentro das periferias do Recife há cerca de 12 anos, que era protagonizado pelos MC's e tinha como objetivo inicial reivindicar os problemas das favelas, o dia a dia da violência e os confrontos policiais. Hoje, o ritmo ganhou outro formato, se disseminando através da internet e cada vez mais adentrando na elite.

Por isso, sendo um importante canal folkcomunicacional, o ritmo Brega consegue penetrar em todas as classes sociais, fazendo com que a parcela da população que antes era ofuscada, possa ter autonomia para reivindicar seus problemas e serem incluídas na sociedade. Acerca disso, discorre Schmidt (2011):

Com a multiplicação de formatos e conteúdos de comunicação digital, ou ainda, com meios próprios de comunicação alternativa, os grupos marginalizados dos processos hegemônicos vislumbram possibilidades de produção, divulgação e construção de uma audiência ativa. Muitas manifestações populares – antigas ou recentes - se reestruturam para se adequar às novas linguagens. (p.2)

Com isso, o ritmo brega deixa de ser visto como algo marginalizado e passa a ser um importante canal de folkcomunicação, levando informação e promovendo um diálogo entre a periferia e a classe média. Essa autonomia do brega, que viabilizou sua disseminação e difusão na sociedade, é ilustrada por uma história brilhante e a participação do seu próprio público como uma força motriz de recepção e concepção desta cultura.

Assim como outros estilos musicais periféricos, o brega recebeu os holofotes da grande mídia quando atingiu o público elitizado, que consome e paga por ele. Dessa forma o brega saiu das periferias e começou a ocupar os espaços da classe média. Essa migração desvirtuou o ritmo dos seus flertes com as composições que tratavam do social e que evocavam o início do Funk carioca nos anos 2000 ou o Rap. Para o pesquisador dos meios de comunicação de massa, Henry Jenkins, a presença da elite nessas culturas que envolvem a participação e vêm de uma origem nichada, transforma, quase que automaticamente, o objeto em um produto.

Esses consumidores de elite exercem uma influência desproporcional na cultura midiática, em parte porque publicitários e produtores de mídia estão ansiosos para chamar e manter sua atenção. Onde esses consumidores vão, a indústria da mídia tende a segui-los; onde a indústria da mídia vai, esses consumidores tendem a ser encontrados. No momento, ambos estão correndo atrás do próprio rabo. (JENKINS, 2006, p.51)

A tratativa acima despertou o brega para uma indústria que por muito tempo virou as costas para ele. Um exemplo foi a música “Ninguém Fica Parado” de Shevchenko e Elloco e Maneirinho do Recife. O brega-funk ganhou o Recife e embalou o carnaval de 2019. Mas a obra recebeu uma espécie de validação quando invadiu os bares da zona sul da capital pernambucana e enfim chamou a atenção da produtora paulista Kondzilla. Os artistas recifenses foram levados para o sudeste e gravaram um videoclipe para a música, que já soma mais de 11 milhões de acessos no YouTube.

Esse presente artigo vai explorar a história do ritmo do brega, suas características e seu modo único de produção, que envolve a comunidade de onde parte, suas referências de nicho e marginalizadas, além da dança e estilo de vida que os consumidores e participantes dessa cultura promovem, que, segundo Chauí (2006):

Significa, ainda, a capacidade para transformar situações produzidas pelas condições sociais em temas de crítica social identificável pelo povo (é o caso de Goldoni e Dostoievski). Significa, por fim, a sensibilidade capaz de ‘ligar-se aos sentimentos populares’, exprimi-los artisticamente, não interessando, aqui, qual o valor artístico da obra [...]. (p. 19).

A história do Brega

O termo brega começou a ser utilizado no início da década de 80 para representar um grupo de cantores que eram tidos como “cafonas” e que haviam ocupado um espaço deixado pela Jovem Guarda no fim dos anos 60. Esse grupo era composto por grandes nomes como Reginaldo Rossi, Amado Batista, Agnaldo Timóteo, Odair José, entre outros.

Os cafonas conseguiram mobilizar massas em shows e atingir quantidades enormes de vendas de LP's curtirem o mel combinando influências musicais formais diversas (vindas do rock, do bolero, do samba ou mesmo da própria MPB) com os temas do cotidiano da população, como as desilusões amorosas, traições, injustiças e provações experimentadas no dia a dia, em baladas românticas como Eu não sou cachorro não, Vou tirar você desse lugar e Cadeira de rodas ou mesmo o impacto de novas tecnologias na vida dessas pessoas, como no caso da música Pare de tomar a pílula, de Odari José. (FONTANELLA, 2005, p.21)

Após o seu auge dos anos 90, o brega começou a sucumbir e gradativamente foi desaparecendo da mídia de massa brasileira. Porém, nas regiões Norte e Nordeste, o ritmo continuou resistindo, principalmente dentro das periferias do Recife.

Com o esgotamento do interesse da mídia nacional e local pelos ciclos ritmos dançantes, os músicos nesses locais passaram a montar espaços alternativos populares para manter sua atividade. Embora as rádios e gravadoras então ignorassem sua existência, esses artistas continuaram produzindo, com limitado capital de investimento e suporte técnico, assimilando influências novas e mantendo um público significativo nas periferias, tudo isso de forma oculta aos olhares do resto do país e da cobertura cultural da mídia hegemônica. (FONTANELLA, 2008, p.2)

O brega, inegavelmente, é uma criação marginal e lá sobrevive. Como supracitado, sua origem entre as décadas de 60 e 80, deu o nome do ritmo e canonizou seus principais artistas. Não obstante, o Brega sessentista também colaborou para o grande movimento boêmio que, na mesma época, eclodiu em todo Brasil. Essa manifestação social de festejo e celebração à arte, sobretudo a música, formou uma das primeiras facetas marginalizadas do país: a figura do malandro. Essa persona era a encarnação da boêmia, que com o tempo se transformou e se adaptou a diferentes estilos musicais e condições sociais. A ideia do boêmio, antes de ser feito um paralelo com o bregueiro, pode ser vislumbrada pelo seguinte fragmento:

Mais do que a construção idealizada do boêmio que encontrava-se desvinculado de todas as normas familiares, do trabalho, das obrigações sociais, o ser boêmio é múltiplo, [o que] significa viver diferentemente, estabelecer regras de modo distinto, ter uma vida que escape à monotonia e ao previsível, contudo respeitando certos códigos e condutas estabelecidos nesse universo. (FARIA e MATOS, 1996, p.31)

O bregueiro pode ser determinado como um parente do boêmio malandro. Uma figura que foi empurrada para as margens das grandes cidades, é visto com olhares pejorativos e se encontra na arte local, que comunica com o que ele sente, como no caso dos bregas melancólicos que falavam de uma vida de festa e amor, presentes em peso nesta época sessentista do ritmo, ou o brega que fala de uma vida que o indivíduo gostaria de ter, com ostentação, sexualização e poder aquisitivo, assuntos mais recorrentes nas letras do Brega-funk.

Com essa breve contextualização do malandro boêmio e seu parentesco com o bregueiro, é possível analisar que as semelhanças entre essas personas é o lugar de onde nascem e são influenciadas. As periferias são regiões situadas em diferentes locais da cidade do Recife. Não necessariamente ela é periférica no sentido geográfico. A periferia assume um conceito de segregação e estabelece de maneira prática e simbólica uma barreira entre a cultura do jovem favelado e o jovem da metrópole com acessos a outras culturas. Dessa maneira, cria-se um ecossistema próprio por dentro desses lugares, resultando em processos criativos que reverberam com facilidade por dentro dessas comunidades, dada a identificação entre cada indivíduo desse espaço.

Como acontece com qualquer bem cultural, muitas das formas adotadas pelo Brega Pop são influenciadas diretamente pelos agentes responsáveis por sua promoção e circulação. O fato de ser uma cultura que durante anos ficou restrita a bailes e shows de periferia e à distribuição através do comércio informal certamente determinou de muitas maneiras o estilo. (FONTANELLA, 2008, p.26)

O pertencimento do brega às periferias transformou o ritmo em aspectos profundos, e levou o indivíduo participante dessa cultura a apropriação de um estilo de vida marcado pelas roupas características, gírias, pensamentos e a maneira de se relacionar com outros indivíduos. Toda essa caracterização conceitual do bregueiro o coloca como reflexo de seu público, tais quais os artistas do brega clássico, que se mostravam boêmios e malandros em sua essência. Essa aproximação entre produtor e receptor dessa cultura demanda ao brega um poder de identificação muito potente e que chegaria com força, quando aliada às mídias digitais.

É um conjunto simbólico próprio dos membros das camadas populares, que habitam em bairros periféricos; quanto a produtos e movimento artístico – cultural por eles protagonizado. Junção do modo de vida, comportamentos coletivos, valores, práticas, linguagens e vestimentas. (Nascimento, 2011, p 24)

A partir de 2018 surge um novo estilo de brega oriundo das periferias, o “brega funk”, que chega com melodias marcantes e letras que exalam o *ethos* da periferia. Mas além de um ritmo contagiante, o brega funk não se torna apenas um canal que amplifica as vozes da periferia, mas também se torna um artefato cultural construtor de subjetividades diversas (JUNIOR, FÉLIX, ARAÚJO 2021).

O *boom* desse ritmo no país se deu em 2018, quando o grupo MC Loma e as Gêmeas Lacreção levou esse gênero com o hit “Envolvimento” para outros lugares do país, mudando totalmente o cenário do brega pernambucano. Essa expansão foi tão grande, que muitos influenciadores digitais começaram a utilizar músicas com a batida recifense para produzir conteúdos em alguns sites de redes sociais, como no caso do TikTok e Instagram. Além disso, órgãos públicos também aderiram ao sucesso do gênero para produzir campanhas educativas para a população, como no caso da Prefeitura do Recife, que utiliza as batidas do brega para disseminar informações de forma lúdica às pessoas.

O surgimento de uma nova estrutura social, manifestada sob várias formas conforme a diversidade de culturas e instituições em todo o planeta. Essa nova estrutura social está associada ao surgimento de um novo modo de desenvolvimento, o informacionalismo [...]. (CASTELLS, Manuel; p. 51)

Todos esses fatores convergem no surgimento do Brega-funk como um ritmo além da música, mas uma cultura de massa que se apoia nas periferias e resiste ao ostracismo da elite que renega a popular. Dessa forma, o momento em que a classe média, que vive fora do contexto do brega, se apropria do ritmo musical, a capitalização é o maior motivador. Esse desdém com a cultura popular é histórico e comprobatório com base na historiografia brasileira.

Brega-funk e Cultura Popular

Ao longo da história, sempre houve um menosprezo pela cultura popular, pois ela era tida como inferior e medíocre, resultado de uma influência colonialista de origem portuguesa.

Apropriados em suas expressões, sempre foram retratados de maneira estereotipada e exagerada, desde os relatos dos colonizadores até os dias atuais pelos meios de comunicação de massa – e por outras instituições sociais: ensino nos vários níveis, sistema financeiro, sistema de saúde, espaços culturais. A própria segregação social impôs aos grupos populares – rurais e urbanos –, durante toda a história, uma condição de busca de mecanismos para diálogo e resistência. Processos culturais próprios mesclados com valores hegemônicos foram sendo ressignificados pelas comunidades e recriados para atender uma necessidade de posicionamento social. Canais próprios de comunicação e transmissão de informação e, outros ainda, para a formação social e política”. (SCHMIDT, 2011, p.7)

O mesmo aconteceu com o brega, quando em 2017 vários artistas do gênero foram impedidos pelo Governo de Pernambuco de se inscreverem na convocatória do carnaval do Estado. Essa decisão gerou uma polêmica que culminou no projeto nº1176/2017 proposto pelo deputado Edilson Silva (PSOL) no dia 14 de fevereiro de 2017, que consagra o brega como “expressão cultural pernambucana”.

O projeto foi aprovado em maio de 2017, e no dia 19 de agosto do mesmo ano, a lei foi publicada no Diário Oficial do Estado, tendo votação unânime na Assembleia Legislativa de Pernambuco. A lei garante que o brega esteja apto a disputar verba pública e ocupe espaços financiados pelo executivo estadual, juntamente com outras expressões da cultura popular, como o frevo, maracatu e ciranda.

A definição da cultura popular se mistura com a jornada judicial que esses ritmos se expuseram. Do ponto de vista documental, essa busca por validação se deu por meio de diversos mediadores, tendo como os meios de comunicação o maior deles.

Cultura Popular e Folkcomunicação

A comunicação está presente em todas as produções da esfera cultural, além de estar cada vez mais próxima dos moradores de comunidades, através divulgação de

materiais publicitários, transmissões de rádios ou produções musicais, promovendo um serviço para a população ou um caminho para o debate social. Tendo em vista estas situações, é fundamental que o fluxo de comunicação seja uma via de mão dupla entre o locutor e receptor, para que assim atinja os resultados desejados.

Este fenômeno denominado por Beltrão (1980) como folkcomunicação. Um estilo comumente utilizado nas periferias, onde o produto elaborado e transmitido utiliza linguagens e veículos que são familiares ao público alvo. Respeitando a cultura, vocabulário e costumes locais.

Não se deve esquecer que enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da folkcomunicação se destinam a um mundo em que as palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade. (BELTRÃO, 1980, p. 40).

A folkcomunicação diz respeito ao “o processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e, entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social”. (BELTRÃO: 2001, p. 73).

Com o advento dos múltiplos formatos de comunicação digital, a ampliação da comunicação alternativa dos grupos marginalizados dos processos hegemônicos se tornou mais possível, pois possibilitou uma produção de conteúdo, divulgação e a construção de uma audiência ativa e participativa. Essa nova forma de comunicação permite que o interlocutor dialogue com o mundo, promovendo trocas de diversas classes sociais.

Essa possibilidade de milhões de pessoas falarem simultaneamente entre si, em comunidades compostas por diversas nacionalidades, crenças, formação educacional e política, com níveis de participação social diferenciados, de construção valorativa e emocional das mais complexas, aponta para uma ordenação social diferenciada. A construção imagética e linguística na cibercultura mostra que a hierarquização de valores, as relações de poder, os processos comunicativos da sociedade historicamente constituída podem ser substituídos. (SCHMIDT, 2011, p.3)

O que é a cultura participativa

De acordo com os pensamentos de Jenkins (2006), com o grande aumento no número de plataformas digitais, somado com o surgimento de novas ferramentas e meios de comunicação, possibilitou uma maior interação e colaboração entre o público e os criadores nos processos criativos. Com isso, a cultura participativa explica que ouvintes, apreciadores e consumidores passaram a fazer parte deste processo de criação de um produto cultural, produzindo e alastrando por si só novas letras, músicas e sucessos que auxiliam a construir um cenário local sólido e firme.

Este fenômeno só é possível com a redução na diferença de estrutura entre as grandes produtoras com os consumidores, somado com a facilidade de reprodução e adaptação de conteúdo existentes no mercado. Utilizando um equipamento de filmagem simples, como o celular, atrelado com um programa de edição em um computador doméstico já possibilita ao consumidor produzir sua própria versão, e assim participar efetivamente do movimento em que ele aprecia.

Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (JENKINS, 2006. P.46) .

Como pontua Jenkins, ainda existe uma diferença considerável na facilidade que uma grande produtora de conteúdo fará o chamado *hit* comparado ao consumidor comum, além do fato que é necessário um certo conhecimento, apesar de básico, e criatividade para compor o produto final. Porém, agora mais do que nunca, as barreiras entre estes dois mundos estão ficando tão finas que eles começam a se misturar.

[...] A indústria midiática está cada vez mais dependente de consumidores ativos e envolvidos para divulgar marcas num mercado saturado e, em alguns casos, procurando formas de aproveitar a produção midiática dos fãs para baixar os custos de produção. Ao mesmo tempo, fica aterrorizada com o que pode acontecer se esse poder do consumidor fugir ao controle[...] (JENKINS, 2006. p.198) .

Um grande exemplo deste fenômeno é a música “Meu Ritmo”, que impulsionou a popularidade da já citada MC Loma em Pernambuco e futuramente abrindo as portas do brega-funk para uma exposição a nível nacional. A cantora, na época com apenas 15

anos, gravou a sua voz dentro de um armário, em busca de um lugar silencioso dentro de sua casa, com um microfone do celular e um instrumental disponível na internet.

Não existiu uma produção elaborada para o cenário, que foi perto do local em que morava, nem para o figurino e as coreografias, mesmo assim o alcance da produção foi o mesmo, se não superior ao de produções milionárias. Após conquistar uma grande popularidade, MC Loma assinou contrato com produtora musical KondZilla, que possui o 12º maior canal do mundo no Youtube, com 64 milhões de seguidores e uma estrutura de primeira linha. A pernambucana posteriormente refez o clipe que a lançou, com ferramentas profissionais disponibilizadas pelo contrato com a empresa, e soma até o momento 21 milhões de visualizações. Todo esse alcance do brega nas plataformas digitais é reflexo de uma participação ativa do público como disseminador e, de certa forma, um colaborador.

A cultura participativa no Brega-funk

A arte é, em sua essência, colaborativa. A música demanda, em várias etapas, a contribuição de outro agente, seja um intérprete para uma letra, um pianista para um arranjo ou um engenheiro de som para a captação. O trabalho artístico vem da colaboração e intermédio indispensável. Essa mesma proposta de colaboração é o cerne da filosofia que o Fruto de Favela se identifica e constrói com capacitação e inserção da comunidade no meio digital, por exemplo. O brega protesto é exatamente a convergência dessas forças e vontades. Ele reúne a comunidade para a produção de uma mensagem que repercute em seu próprio ambiente e, em um processo de retroalimentação, utiliza do ritmo do brega como ferramenta para o trabalho.

Esse processo inclusivo de criação permite que o indivíduo se enxergue na mensagem e valide o próprio produto, legitimando com a experiência pessoal, o potencial veículo informativo que o brega protesto se revela. E a proposta desse sub-gênero do brega vai muito além do “Meio é a mensagem” de McLuhan. A comunhão organizacional e comunitária que ele promove classifica o brega como uma verdadeira cultura participativa. Ressignificando o participante como produtor e consumidor ao mesmo tempo. Essa prerrogativa é elucidada na obra de Henry Jenkins, *Cultura da Convergência*, no seguinte trecho:

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. (JENKINS, 2006, p.31)

A passagem em que Jenkins descreve como “corporações” os privilegiados nessa cadeia produtiva, pode-se ler o mesmo fragmento fazendo referência aos artistas consolidados do brega ou mesmo que possuem recursos melhores e mais acessíveis que outros produtores independentes ou mais marginalizados do contato com as realizações no brega. Desta forma, a parceria criada entre os participantes de uma mesma cultura para um fim em comum, transforma a realização do brega em colaboração democrática do ponto de vista comunitário.

Considerações finais

Com esse artigo foi possível investigar os signos que envolvem o ritmo do brega e entender seu caminho até os dias de hoje. A visualização dessa jornada do brega no decorrer dos anos, mostra uma cultura que extrapola o campo da música e invade a vida de indivíduos periféricos ou não. Esse fenômeno transforma o brega em um verdadeiro estilo de vida composto por comportamentos, linguagem, figurino, dança e musicalidade. Tudo isso viabilizado por uma cultura de participação que retira o receptor da mensagem que o brega produz da passividade, e o insere como produtor e peça chave para a perpetuação dessa cultura.

É possível compreender que o brega construiu uma relação íntima com o digital, e ressignificou sua presença nas redes sociais. A cultura de participação intrínseca a esse ritmo determinou a dinâmica dessa concepção. Os artistas do brega envolvem a própria comunidade nos trabalhos. Sejam os dançarinos do passinho, letristas para as composições, alguém que possa colaborar com equipamentos, até figurantes para um videoclipe.

A participação deu ao indivíduo periférico o controle da sua própria cultura criativa e uma resposta ao monopólio que parte da elite sobre o que é produzido dentro das comunidades. A cultura participativa de Jenkins, aqui pode ser lida como ferramenta de resistência à industrialização do brega, seja ele o Brega-funk ou qualquer outro tipo. Enquanto os públicos de outras regiões da cidade do Recife e até de outros estados procuram validação para o brega por meio da sua capitalização, o ritmo constrói uma credibilidade moderna e sustentável do ponto de vista digital.

Não surpreende que ainda não estejamos prontos para lidar com suas complexidades e contradições. Temos de encontrar formas de transpor as mudanças que estão ocorrendo. Nenhum grupo consegue ditar as regras. Nenhum grupo consegue controlar o acesso e a participação. (JENKINS, 2006, p.51)

Dessa maneira, o participante da cultura do brega desafia a tese de Jenkins acima, e demonstra que um grupo pode criar suas regras e expressar sua arte com intermédio externo mínimo, causando um efeito cascata de inspiração para sua própria comunidade e cultura no geral.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2001.

BELTRÃO, Luiz. **O sistema da Folkcomunicação**. In: Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980. pp. 27-40.

BENTO, Emmanuel. **Conheça MC Loma, a pernambucana responsável pelo viral 'Envolvimento'**. 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2018/01/30/interna_diversao_arte,656618/quem-e-mc-loma.shtml. Acesso em: 11 ago. 2021.

FONTANELLA, Fernando Israel. **A estética do Brega**: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife. Fernando Israel Fontanella. – Recife: O autor, 2005.

FONTANELLA, Fernando Israel. Do Brega POPULARESCO ao Calypso do Consumo. In: Revista ContraCultura, Nº 2, Abril de 2008. GOMES, L. F. **Cinema nacional**: caminhos percorridos. São Paulo: Ed. USP, 2007.

LOPES, R. P. R.; SANTOS, E. H.; SOARES, T. Esse seu “cebruthius” é o mesmo de sempre?: Performance pop e tecnologia em dois hits do brega pernambucano. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Juazeiro, 2018. 2018.

Schmidt, Cristina. *Cultura Popular e Múltiplas Mídias: A comunicação do público jovem*. São Paulo: Ductor, 2011.

MATOS, Maria Izilda Santos de; FARIA, Fernando A. **Melodia e Sintonia em Lupicínio Rodrigues**. O feminino, o masculino e suas relações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006