

---

## A Identificação da mulher através do movimento “Feminejo”<sup>1</sup>

Roberta de Almeida e Rebouças<sup>2</sup>  
Universidade Potiguar, RN

### RESUMO

Um dos ritmos mais populares do Brasil, o Sertanejo ao passar das décadas consegue se reinventar. O mais recente momento do estilo musical é a consolidação da presença feminina, agora não mais como coadjuvante e sim como influenciadora social. Esse trabalho procurará entender a da postura das novas representantes do gênero sertanejo agora autodenominado “Feminejo. De forma específica é analisar a representação da mulher nesse estilo predominantemente masculino nos últimos 60 anos; relatar a atual presença feminina no estilo musical; analisar qual a imagem a mulher tem de si dentro da obra dessas artistas. Em um primeiro momento fazer uma releitura da evolução do ritmo e da presença feminina, no segundo momento discorrer sobre as novas representantes do ritmo e em um terceiro momento entender quem são essas mulheres.

**PALAVRAS-CHAVE:** sertanejo; mulher; emponderamento

### INTRODUÇÃO

A presença feminina não é nenhuma uma inovação no estilo sertanejo, entretanto o mercado ficava restrito a nomes como os de Roberta Miranda e Inezita Barrozo, ou mesmo das Marcianas e das Irmãs Galvão. O estilo musical, em boa parte, sempre foi marcado pelas vozes masculinas, mas essa é uma realidade em transformação. Este trabalho procurará entender a da postura das novas representantes do gênero sertanejo agora autodenominado “Feminejo”.

De forma específica é analisar a representação da mulher nesse estilo predominantemente masculino nos últimos 60 anos; relatar a atual presença feminina no estilo musical; analisar qual a imagem a mulher tem de si dentro da obra dessas artistas.

A presente pesquisa se justifica por buscar analisar como o papel da mulher na sociedade tem mudado de posição em relação há épocas anteriores, apresentado de forma muito mais subserviente. Hoje de a mulher é exposta de forma mais emponderada.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Professora da Universidade Potiguar, email: robertareboucas@hotmail.com.

Para a realização desse trabalho foi necessário uma revisão sistemática através de um estudo retrospectivo e uma análise crítica da obra apresentada. Através de uma ampla revisão bibliográfica a cerca do tema.

## **DO SERTANEJO DE RAIZ AO SERTANEJO SHOW**

Os Portugueses trouxeram para o Brasil no Século XV um tradicional instrumento da cultura renascentista na Península Ibérica: a viola. Esse instrumento ganhou novos formatos, cordas, afinações e influencias de outras culturas que aqui já habitavam e transformou-se em um dos símbolos do homem sertanejo (SANT'ANNA, 2000, p.213-214) em um período que para a sociedade ocidental se dividia entre a cultura erudita das elites dominantes e a popular das classes dominadas.

Com o fortalecimento dos meios de comunicação de massa no século XX, houve uma intensificação da cultura de massa e a participação da musica sertaneja (caipira) nesse contexto. Pois foi a partir do fim da década de 1920 que as gravadoras fizeram seus primeiros investimentos no estilo que então começou a toca no rádio.

Foi apenas quando a fábrica norte-americana Victor, alertada pela existência desse mercado de música rural, entrou na competição em outubro de 1929, criando sua Turma Caipira Victor, que a música caipira paulista se transforma, de fato, em música popular urbana de estilo sertanejo. E se fosse preciso fixar uma data para marcar essa transição, essa seria a de 27 de outubro de 1929, quando a expressão moda de viola, desconhecida em selos de discos até o advento das gravações do Cornélio Pires, aparece pela primeira vez na etiqueta de um selo Victor, indicando o gênero da composição Casamento da onça, assinada por M. Rodrigues Lourenço, e por ele mesmo interpretada em dupla com Olegário José de Godoy, disco Victor nº 33.236-B. (TINHORÃO, 2013, p. 220)

No entanto, a partir da pesquisa em vários discos e canções, percebe-se que durante as décadas de 1950, 1960, 1970 e até mesmo 1980, o termo “caipira” praticamente deixa de ser utilizado, mesmo na vertente tradicional. Isso se deu principalmente pela desnacionalização influenciada pela forte concorrência dos estilos estrangeiros que possuíam uma consolidada indústria fonográfica amparada por Hollywood.

O sucesso dessa nova imagem americanizada seria tal que, em pouco tempo, nas fotos dos discos e nas reportagens de revista os antigos cavalos seriam substituídos por motocicletas, e surgiria o conceito de

jovem música sertaneja, destinado a marcar a década de 1970 com duas evidências da progressiva urbanização do gênero: a da adesão de adeptos do IêIêIê, como Sérgio Reis, e até cantores em inglês como Chrystian e Ralf, e adoção do estilo Country, responsável, ainda naqueles mesmos anos 70, pelo título de Rainha do Cowboy para a cantora Nalva Aguiar. (TINHORÃO, 2013, p. 223)

Contudo foi a partir dos anos de 1990 que observamos à maior influência da Indústria Cultural identificando os elementos jovens urbanos, como linguagens e atitudes, e reproduzidos nas músicas, tanto nas letras quanto na postura dos artistas, período que ficou conhecido como New sertanejo ou New Caipira.

As duplas caipiras não desapareceram, os mais tradicionais continuaram tendo seu espaço cativo, no entanto perderam lugar para o sertanejo chamado pop. As duplas tradicionais migraram para cenários dedicados aos apreciadores da música raiz.

Assim a música caipira se inseriu definitivamente na indústria cultural, deixando de ser simplesmente arte de expressão da alma do povo, para se transformar numa indústria gigante, sustentada por vendas astronômicas e capaz de recompensar os vencedores com muito dinheiro e fama (NEPOMUCENO, 1999). Destacam-se nesse período Chitãozinho e Xororó, Zeze di Camargo e Leandro e Leonardo, também é desse período os sucessos Pense em mim e é o amor

Adorno (1996), vislumbrava a música popular como a realização mais perfeita da ideologia do capitalismo monopolista: indústria travestida de arte. Acreditava que a música era apreciada conforme a medida do seu próprio sucesso e não pela assimilação profunda da obra. Por isso, o valor de troca, se torna um prazer em si, vazio alienante.

Em meados dos anos 2000, o estilo passa por uma nova transformação surge então o período caracterizado por “sertanejo universitário”. Caracterizam-se por letras de fácil assimilação e com estruturas simples. Ele faz sucesso por ser um estilo alegre, sem muitas apelações românticas e tristes. São músicas feitas para dançar, curtir com os amigos em bares e baladas. Agora os ídolos sertanejos são jovens e extremamente preocupados com a aparência, o visual é essencialmente urbano.

Dessa forma demonstra que gêneros foram se consolidando mediante o desenvolvimento da chamada modernidade e criando aos poucos um processo de diferenciação regional. (OLIVEIRA, 2009). Os mais famosos do estilo são: Gustavo Lima, Luan Santana, Lucas Lucco.

## **AS PIONEIRAS DO RITMO MULHERES**

Apesar da maioria predominância masculina o gênero sertanejo sempre possuiu fortes representantes femininas. Na década de 1940, Ana Eufrosina da Silva, mais conhecida como Inhana que junto com seu marido Cascatinha formou uma longas e famosa dupla, responsável por um dos maiores sucessos do gênero “Índia (1952)” (SANTOS, 2010).

O sucesso “Beijinho Doce (1945)” foi gravado pela primeira dupla feminina sertaneja as Irmãs Castro. Maria de Jesus e Lourdes Amaral iniciaram a carreira em 1942 e ficaram juntas até 1985 (ANTUNES, 2012. p.110).

Em 1947, surgem as irmãs Galvão, Meire e Marilene. As irmãs que estão comemorando 70 anos de carreira tornaram - se em 2017 a mais antiga dupla sertaneja em atividade no país. As Paulistanas iniciaram a carreira respectivamente ainda criança com 6 e 5 anos de idade. Sendo também instrumentistas são conhecidas por sua afinação e profunda emoção a qual se apresentam até hoje.

No início da década seguinte, outro grande nome surgiu Inezita Barroso, em 64 anos de carreira gravou 80 discos e recebeu inúmeras condecorações não apenas por sua obra como também por ser árdua defensora do folclore brasileira. Foi durante mais de 35 anos apresentadora do Programa Viola, minha Viola (TV Cultura) especializado no sertanejo de raiz (ANTUNES, 2010. p.111).

Nalva Aguiar surge na década de 1970, vinda da Jovem Guarda e com ela o ritmo ganhou uma maior influência americana e foi a primeira a gravar a obra do compositor Renato Teixeira.

Década de 1980, surgiram as Marcianas que permaneceram em atividade até meados da década de 1990 passando por várias formações. Sula Miranda, eleita a nova Rainha dos Caminhoneiros, pois suas canções traziam uma atenção especial a esse publico. A Cantora e Compositora Martinha, outra representante da Jovem Guarda também passa a integrar o ritmo, principalmente compondo para grandes duplas como Leandro e Leonardo e Chitãozinho e Xororó.

Mais o maior destaque da década foi à paraibana Roberta Miranda. Autora de vários sucessos como “Vá com Deus”, “A majestade o Sabiá” e “Meu Dengo”, segundo Associação Brasileira dos Produtores de Discos até o mês de abril de 2017, a cantora havia vendido 18 milhões de cópias.

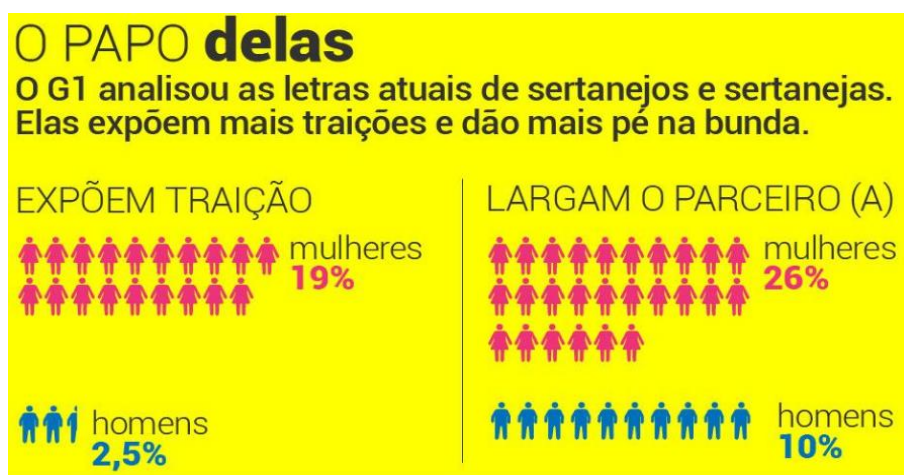
## AS NOVAS SERTANEJAS: SOFRÊNCIA EMPODERADA

Depois de um período de pouca inovação a partir de meados dos anos de 2000 surgem novos nomes no sertanejo feminino. Nessa primeira fase de renovação destacamos Maria Cecília (que desde 2007 faz dupla com Rodolfo seu marido); Thaeme ( que faz dupla com Thiago desde 2011).

O maior destaque nessa fase é Paula Fernandes que alcançou o sucesso em 2011, com o DVD Paula Fernandes ao Vivo que de acordo com matéria veiculada pelo G1 (24/10/2011) o álbum vendeu 1,25 milhão. Segundo a Associação Brasileira dos Produtores de Discos até junho de 2016 a mineira já havia vendido 3.820.000 de cópias.

Mas foi a partir de 2015 que a figura feminina do sertanejo ganhou maior força, nessa segunda fase desse período auto intitulado “Feminejo”. O eu lírico dessa nova geração em nada lembra o “Beijinho Doce” das irmãs Castro, elas esnobam, castigam, os amores mal sucedidos enquanto se divertem. Em suas letras trazem a liberdade sexual, os direitos isonômicos e combate a violência e a opressão contra mulher, são o atual símbolo do empoderamento feminino.

Em 22 de novembro de 2011, site G1 publicou um infográfico onde analisam e comparam as letras entre sertanejos e sertanejas:



(<http://especiais.g1.globo.com/musica/2016/o-ano-das-sertanejas/>)

Elas contam suas próprias experiências, como a contada no hit 50 reais, da cantora Naiara Azevedo que não tem vergonha em musicar as traições que sofreu.

E é sem vergonha de inverter os papéis que as letras das gêmeas Maiara e Maráisa que as falam em cair na “farra”. Em entrevista ao site G1 em 22/11/2016, as letras foram classificadas como livres pelas cantoras como explicou Maiara: “A gente

fala de sentimento e situações verdadeiras. Alguns mais intensos e outros mais difíceis mas também de situações engraçadas”.

E definitivamente se tem uma dupla que investe em irreverência é a formada pelas bahianas Simone e Simaria, oriundas do Forró as duas migraram para o sertanejo e cantando sobre “Um Violão e um Cachorro”, conseguiram em seu canal na plataforma Youtube ( até 30/04/2017) 75.291.069 de visualizações apenas desse clipe. Em janeiro de 2017, a dupla lançaram em parceria com a cantora Anitta ( que é destaque no funk) a música LOKA que segundo o site band.com até 31/03/2017 o vídeo clip da música já havia superado a marca de 205 milhões visualizações.

Outra estrela do ritmo Marília Mendonça, antes de se tornar famosa como cantora já era compositora de sucesso, de acordo com Escritório Central de Arrecadação e Distribuição ( ECAD) a cantora ocupou o nono lugar na lista de compositores que mais faturaram no país em 2015.O site G1 avaliou em novembro de 2016 as letras de Marília Mendonça e identificou que 82, 35% das letras das letras da jovem de 21 anos fala em traição.

## **ANALISANDO O EMPONDERAMENTO SERTANEJO**

Em uma análise generalista contextualizamos o “gênero sertanejo” é um em um estilo voltado apenas para fins mercadológicos. E como todo produto entende a necessidade da renovação constante. É essa reinvenção constante do estilo vem possibilitando a lucratividade em ascensão como já se observou anteriormente no sertanejo universitário.

“A partir da consolidação dos gêneros “caipira” e “sertanejo” pôde se estabelecer distinções claras, assim como tornar vendáveis estes produtos, catapultando as vendas e a participação das gravadoras no processo. A delimitação cultural e nomeação dos campos foi essencial para que a indústria cultural pudesse incrementar os lucros, mas foi também um processo que se deu para além da intervenção e dos desejos mais diretos e manipuladores desta mesma indústria. ” (DIAS, p.12, 2012)

Nesse sentido a música passa a ser entendida como mercadoria, e passa a ter que atender requisitos de produto, imagem, sons, temas, estratégias, criados em função de demandas da sociedade objetivos e não mais com mero intuito artístico. Compreendendo o que explica KOTLER (2000), para cada mercado-alvo há uma oferta,

posicionada na mente dos consumidores como detentora de algum benefício fundamental.

Outro ponto que devemos refletir é sobre a transformação do papel da mulher na sociedade, hoje seguindo os princípios de emponderamento traçados pela ONU. No qual diz que: Empoderar mulheres e promover a equidade de gênero em todas as atividades sociais e da economia são garantias para o efetivo fortalecimento das economias, o impulsionamento dos negócios, a melhoria da qualidade de vida de mulheres, homens e crianças, e para o desenvolvimento sustentável.

Compreendendo que essa nova postura da mulher exigiu também que o mercado dispusesse um produto compatível com a demanda. Isso abriu a oportunidade para que essas artistas conseguissem um espaço que até então era basicamente masculino. A cantora Maraisa contou para a Veja.com sobre a dificuldade de conseguir oportunidade: “Cheguei a ouvir de um empresário: ‘Menstruou, não faz sucesso’ ”.

Marcondes (2010, p.176) explica que a música nos dá aquilo que nós é íntimo, o coração das coisas, dentre as artes ele caracteriza como a mais poderosa. E o Fêmejo mostrou então ser um espelho de identificação da mulher atual. A sociedade moderna permite que o indivíduo produza sua própria identidade, ajudando a determinar de que modo cada pessoa é percebida e aceita ( KELLNER,2001, p.337).

Por serem vistas como espelho, as cantoras do ritmo não se apresentam em geral com forte *sex appeal* comum em outros ritmos como funk e axé. Excesso de glamour e o ruralismo também não compõem o visual das garotas, elas preferem a idéia de mulher real e com visual acessível na maioria das vezes a suas fãs. Isso já repercute no mercado, a Veja São Paulo ( 22 03 2017), que a dupla Maiara e Maraisa, fecharam por 500 000 reais ( por campanha publicitária ) dois contrato publicitários Avon e Niely Gold.

O fato é que agora existe uma quantidade expressiva de artistas mulheres e um maior interesse por esse tipo de artista, comercialmente e principalmente por parte do público. Artistas com postura mais independente e igualitária

## CONCLUSÃO

Avaliando os argumentos expostos observamos que a concepção feminina exposta pelo novo sertanejo feminino nas letras mostra que perspectiva d a mulher vem

deixando de ser vista como passiva. A linguagem dessa nova safra envolve bar, bebida, farra, elementos anteriores ligados ao universo masculino.

Existe um forte sentimento de libertação pois é extremamente relevante o fato de que elas não chegaram sucesso fazendo apologia ao copo. As melodias relatam a vida e os sentimentos das mulheres, trazendo uma resposta às canções dos homens e levando aos palcos a representação da igualdade entre os sexos.

Elas deram voz ao sentimento de outras jovens do Brasil, que dividem as mesmas dores e angustias e que estão em hoje não se vêem mais em desigualdade em relação ao homem.

Mas temos que destacar que as personagens principais desse momento são fruto de todo um processo construtivo do ritmo iniciado com as Irmãs Castro, Galvão, Inezita Barroso e outras.

### Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor. **O Fetichismo da música e a regressão da audição**. In: **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1996.

ANTUNES, Edvan; **De caipira a universitário**: a história do sucesso da música sertaneja. Front Cover. Edvan Antunes. Matrix Editora, 2012

BARSTERD, Leila, PITANGUY, Jacqueline (org). **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010** – Rio de Janeiro: CEPIA; Brasília: ONU Mulheres, 2011

[www.band.com](http://www.band.com). Acesso: 30/04/2017

<http://www.ecad.org.br/pt/Paginas/default.aspx>. Acesso: 29/04/2017

<http://especiais.g1.globo.com/musica/2016/o-ano-das-sertanejas>. Acesso em 23/03/2017

<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/10/paula-fernandes-vende-mais-do-que-ivete-luan-e-exaltasamba-juntos.html>. Acesso em 22/04/2017

<https://evolucaosertaneja.wordpress.com/2015/05/08/o-produto-sertanejo-e-como-recuperar-a-arte-musical/>

<http://veja.abril.com.br/entretenimento/sertanejo-feminista/> Acesso:01/05/2017

DIAS, Alessandro Henrique Cavichia. **As múltiplas sonoridades de um mesmo sertão**: a formação de dois gêneros musicais, caipira e sertanejo. Disponível em:

[http://www.congressohistoriajatai.org/anais2012/Link%20\(46\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2012/Link%20(46).pdf)



KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia:** estudos, culturas e identidades e política entre o moderno e o pós moderno. São Paulo: Edusc, 2001

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. – **Administração de Marketing:** a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000

MARCONDES FILHO, Ciro. **O princípio da razão durante:** O conceito e a epistemologia metapórica. São Paulo: Paulus, 2010.

NEPOMUCENO, Rosa. **Música caipira:** da roça ao rodeio. São Paulo: Ed. 34, 1999.

OLIVEIRA, Allan de Paula. **Miguillim foi pra cidade ser cantor:** uma antropologia da música sertaneja. Tese de Doutorado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 2009

SANT`ANNA, Romildo. **A moda é viola:** ensaio do cantar caipira. São Paulo: Arte & Ciência; Marília, SP: Ed. Unimar, 2000.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano.** Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus. 2003.

SANTOS, JUNIOR, Alaor Ignácio. **"Cascatinha e Inhana:** um história contada às falas e mídia". São Paulo: Editora Annablume, 2010

TINHORÃO, José Ramos. **Pequena história da música popular:** segundo seus gêneros. 7a Edição, São Paulo: Editora 34.