

Um olhar feminino na música sertaneja: aspectos do discurso e dos valores do **Feminejo**

A female gaze in Brazilian country music: aspects of **Feminejo** discourse and values

DOI:10.34117/bjdv7n2-481

Recebimento dos originais: 23/01/2021

Aceitação para publicação: 23/02/2021

Ricardo Duarte Gomes da Silva

Formação: Doutor em Comunicação Social pela UFMG.

Instituição: Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da UFV-MG.

Endereço: Av. P.H.Rolfs, s/n, Campus Universitário, Viçosa/MG Cep: 36570-000

RESUMO

Este trabalho propõe uma breve discussão sobre o **Feminejo** enquanto um objeto empírico de interesse social para o campo das pesquisas. Tendo a organização social marcada tradicionalmente pelo olhar masculino sobre o feminino, as letras do **Feminejo** surgem se contrapondo a traços dos valores sociais da cultura caipira enraizados na música sertaneja atual. Que aspectos do feminino o **Feminejo** procura visibilizar neste cenário? Faz-se uma pequena análise do discurso, a partir de Eni Orlandi, e uma observação dos valores em algumas letras do **Feminejo**. Considera-se finalmente que as letras do **Feminejo** deixam implícitos valores que revelam um pouco da condição feminina no contexto contemporâneo: as necessidades de protagonismo, de união e de empoderamento.

Palavras-Chave: Música Sertaneja, **Feminejo**, Fenômeno Midiático.

ABSTRACT

This paper proposes a brief discussion on **Feminejo** as an empirical object of social interest for the field of research. Having the social organization traditionally marked by the masculine view over the feminine, the lyrics of **Feminejo** emerge in opposition to traces of the social values of the caipira culture rooted in the current countryside music. What aspects of the feminine do **Feminejo** seek to make visible in this scenario? A short discourse analysis is made, based on Eni Orlandi, and an observation of the values in some of **Feminejo**'s lyrics. It is finally considered that the lyrics of **Feminejo** leave implicit values that reveal a little of the feminine condition in the contemporary context: the need for protagonism, union and empowerment.

Keywords: Country Music, **Feminejo**, Media Phenomenon.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo das décadas muitos foram os estudos sobre a música sertaneja e textos sobre a indústria cultural no campo da comunicação. Entretanto, há uma escassez de textos que falem sobre como o crescimento desse gênero no *mainstream* brasileiro se

desenvolveu enquanto uma problemática de pesquisa. Novas perspectivas estéticas e sociais do sertanejo na contemporaneidade resultaram em produções que entrelaçaram a mídia e vida de um público cada vez maior. Traços estéticos e sociais de um rural contemporâneo se mesclam com aspectos decisivos da indústria cultural resultando em celebridades-*cowboys* ou microcelebridades e personagens locais (artistas desconhecidos do grande público) que alcançam os circuitos midiáticos locais e cantam “mágoas românticas”. Um fenômeno recente é uma variante do chamado “sertanejo universitário”, o *Feminejo*, com estética, valores e discurso próprios do feminino.

Este trabalho propõe uma discussão inicial sobre como essa nova variante, o *Feminejo*, se posiciona enquanto um problema de pesquisa no campo da Comunicação, tendo em vista um contexto do sertanejo universitário tradicionalmente marcado pela presença e influência masculina, tanto com relação a performance dos artistas quanto às letras das músicas. O *Feminejo* reproduz aspectos machistas nas letras de algumas de suas músicas? Qual o feminino que o *Feminejo* procura visibilizar? Para tanto, o texto faz uma breve discussão sobre a problemática e analisa algumas canções de celebridades do *Feminejo* no país.

2 O OLHAR SOCIAL MASCULINO NA MÚSICA SERTANEJA

Em 2013, em uma pesquisa chamada “Tribos Musicais” realizada pelo Ibope e publicada pelo Portal G1, o estilo sertanejo já era o mais ouvido do Brasil¹. Em 2019, o Portal G1 também ressalta a manchete: “Gusttavo Lima é o autor e intérprete da música mais tocada nas rádios do Brasil no primeiro semestre de 2019”². Como faz todos os anos, o site *Canaltech* divulga ranking das músicas mais ouvidas no aplicativo *Spotify*: em 2020 o primeiro lugar deste ranking ficou para a femineja Marília Mendonça, a “rainha da sofrência” – superando as funkeiras Anitta e Ludmilla³.

Somam-se a esses dados um cotidiano de *shows* sertanejos, canções tocadas em barzinhos, *covers* e adaptações, aparições diárias dos sertanejos nas redes sociais, publicações dos fãs, publicação nos cadernos de Cultura dos jornais do país, em outras

¹C.f.: g1.globo.com/musica/noticia/2013/10/sertanejo-e-o-estilo-mais-ouvido-por-brasileiros-no-radio-diz-ibope.html#:~:text=A%20pesquisa%20%22Tribos%20Musicais%22%2C,ouvido%20por%20brasileiros%20no%20r%C3%A1dio.&text=O%20estilo%20sertanejo%20foi%20escutado,e%20pagode%2C%20co m%2044%25.

² C.f.: g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2019/06/29/gusttavo-lima-e-o-autor-e-interprete-da-musica-mais-tocada-nas-rádios-do-brasil-no-primeiro-semester-de-2019.ghml

³ C.f.: <https://canaltech.com.br/musica/spotify-revela-ranking-com-as-artistas-mulheres-mais-ouvidas-no-brasil-161473/>

mídias de massa, músicas baixadas e ouvidas nos aplicativos e rádios online, entre outros aspectos que posicionam a estética da música sertaneja não apenas como um simples gênero musical de maior circulação midiática, mas acima de tudo enquanto um evento nacional (um fato social) de expressão econômica (movimentando milhões), simbólica (fazendo circular valores em suas músicas, performances e publicações), social (o comportamento social do público), cultural (a difusão do estilo) e política (cantores que se posicionam politicamente).

O mercadológico brasileiro ajudou a construir uma estética da música sertaneja contemporânea como um evento nacional na medida da interação social com os públicos, os colaboradores e as instituições, consolidando o sertanejo na segunda metade do século XXI como relevante instrumento de entretenimento sociomidiático circulante entre diferentes regiões do país. No entanto, o sertanejo tem fortes raízes na música caipirina clássica. Tanto o caipira quanto o sertanejo sinalizam para traços de uma identidade nacional assentada em um rural tradicional (a “cultura caipira”) e um rural contemporâneo (de hibridações culturais cidade-campo, com apropriações simbólicas diversas e temas universais).

A música caipira possui uma raiz estética marcada pela viola, patrimônio cultural valorizado pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (Iepha-MG)⁴. A viola tem o poder de atravessar a produção sonora e alcançar os vínculos sociais e emocionais de quem a produz, toca ou escuta. Mas a viola também tem um vínculo com a vida rural, expressada nas letras das músicas – destacada pelas músicas das primeiras duplas, nos anos de 1920⁵ e do primeiro disco gravado⁶. Essa vida rural está centrada naquilo que entendemos por “cultura caipira”, que se fixou em uma região que compreende os estados de São Paulo (interior), Goiás, Mato Grosso do Sul, parte do Paraná, do Tocantins, do Mato Grosso e regiões do Sul de Minas e Triângulo Mineiro. Mas a tradição caipira não seria traduzida só pela viola e por uma regionalidade específica, mas também pelos valores que faz circular por todo o país. O compositor Ivan Vilela (2014), citado por Cortez, Silva e Carvalho (2015), explica as origens desse gênero: “Conforme Vilela (2014), a música sertaneja inicialmente foi conhecida como

⁴ C.f.: www.iepha.mg.gov.br/index.php/noticias-menu/423-iepha-mg-comemora-um-ano-de-registro-da-viola-caipira-e-lanca-publicacao

⁵ A primeira dupla caipira do Brasil teria surgido no início dos anos de 1920, Mandi & Sorocabinha. C.f.: www.youtube.com/watch?v=BP_SU43uUlg

⁶ Já a primeira dupla sertaneja a gravar um disco teria sido Mariano & Caçula, em 1929. C.f.: <https://dicionariompb.com.br/cacula-e-mariano/dados-artisticos>.

música caipira ou de “raiz” e, em sua origem, está centrada em valores católicos patriarcais tradicionais, que enfatizam uma sociabilidade em torno da família extensa, da solidariedade comunitária e da obrigação religiosa herdada e vitalícia” (VILELA, 2014 apud CORTEZ; SILVA; CARVALHO, 2015, p.4).

Da música caipira (patrimônio cultural, tradicional) do início do século XX até a música sertaneja atual (estilo musical mais ouvido no país) ocorreram transformações diversas, porém alguns valores tradicionais de mantiveram nas letras das músicas e fomentaram um olhar social masculino sobre o feminino. A canção “Cabocla Tereza”, de 1944, seria um excelente exemplo. Clássica música caipira cantada por vários cantores sertanejos, relata um caso de traição, que resultou em um feminicídio: “Agora já me vinguei. É esse o fim de um amor. Esta cabocla eu matei. É a minha história, doutor”. Essas canções do compositor João Pacífico se popularizaram pela dramatização da história, quase em um formato de folhetim de jornal popular. Antes, nos anos de 1920, Mandi & Sorocabinha eram mais singelos e cantavam sobre uma moça “bem feita de corpo”, tão bonita quanto uma flor, também sobre um possível casamento e uma mágoa romântica (vide letra da música “Moça Bonita”). E em 2019, na música “Cem Mil”, do Gustavo Lima, a letra da música fala de uma mágoa de amor e repete: “Cem mil com quem quiser, eu aposto. Se ela bater o dedo, eu volto”.

O cotidiano rural caipira deixou de ser a marca central da música sertaneja, que passou a focar também no romantismo, na cultura cowboy, nas tecnologias, no ritmo, na instrumentação e na melodia. Essas transformações causaram debates acirrados entre os preservacionistas da tradição caipira contra a modernização da música caipira em música sertaneja, criticando também a hibridação com outros gêneros musicais.

O ritmo que caracterizava, inicialmente, o Brasil rural com a música caipira, migrou para a cidade e se adaptou as tecnologias que foram surgindo. Um processo turbulento, recheado por discordâncias e acusações ligadas, principalmente, à pureza estética, já que ao se modernizar a música sertaneja misturava-se a outros gêneros, incorporava ritmos estrangeiros, eletrificava-se, e perdia, segundo os puristas, a essência da verdadeira música sertaneja (ALMEIDA, 2016, p.278).

De fato, apesar da raiz caipira, a música sertaneja seria outro estilo, que se apropria de estilos diversos. O sertanejo intensificou a presença e influência na cultura popular contemporânea, através de histórias cantadas sobre o cotidiano amoroso (dos homens em relação as mulheres), permanecendo aqueles valores mediante um olhar masculino sobre o feminino, implícito nas letras.

3 ASPECTOS TEÓRICOS

Enquanto evento nacional (um fato social, um fenômeno midiático), a música sertaneja contemporânea não seria um simples produto da indústria cultural. Esse assunto seria tema de debate entre os puristas da música caipira com aqueles que defendem a transformação do estilo. A perspectiva seria de que a apropriação da música caipira pelo mercadológico se dá a partir de uma análise histórica da ascensão da burguesia, da urbanização e da indústria cultural que transformou o rural da música sertaneja em um meio de alienação das classes populares.

Não é tarefa da indústria cultural, na sociedade capitalista, elevar os níveis cultural e educacional da grande massa, que, por isso, e por sua condição social, não tem outra alternativa senão consumir aquilo que lhe é insistentemente oferecido: o esteticamente grotesco, transformada a temática predominante, tão rica em outras modalidades musicais, em mera redundância de formas literárias, linguísticas, de rimas, enfim, de todo o discurso da canção. (CALDAS, 1979, p.2)

Nesse sentido, a música sertaneja seria colocada como um produto que não prevê o senso crítico do público, visto que ao consumir esse gênero as pessoas ficariam ainda mais alienadas diante dos problemas sociais, políticos e econômicos. Por outro lado, outros rebatem esse argumento com a ideia de que deve-se considerar também a autonomia plástica do estilo, as disputas simbólicas que proporciona e as categorias de valorização das canções, como explica Alonso (2011): “Não se pode buscar na indústria cultural a explicação de todas as questões para a música sertaneja. Há uma série de disputas simbólicas e categorias de valorização que detém certa autonomia frente aos valores simplesmente alienadores das indústrias. (ALONSO, 2011, p.320).

Não se pode ignorar que o sertanejo faz parte de um “popular massivo” na cultura da música atual, cada vez mais influente e presente, fazendo parte da identificação do público brasileiro, que possuem senso crítico suficiente para também criticarem os artistas e as letras. O gênero musical se entrelaça com outras convenções, além do mercado, que envolvem outros gêneros musicais, outras sonoridades, performances, identidades e estilos, aspectos que podem originar uma canção popular massiva.

Traçar a genealogia de uma canção popular massiva abrange localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (regras formais e ritualizações partilhadas por músicos e audiência), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores e gostos são “incorporados” e “excorporados” em determinadas expressões musicais). (JANOTTI JUNIOR, 2006, p.41)

O sertanejo é massivo. O conceito de música popular massiva surgiu com as expressões musicais do século XX, que se apoiaram do mecanismo midiático contemporâneo, como os aparelhos de som (gramofone, fonógrafo, o rádio e o toca-discos) para serem produzidas e consumidas, como diz Jeder Janotti Jr. Dessa forma, fica claro que o avanço dos meios de comunicação facilitou gradativamente a difusão da música sertaneja, que se enquadra na música popular massiva.

Segundo Felipe Trotta, as práticas musicais relacionadas com a indústria cultural ainda são pouco exploradas, mas contribuem para a compreensão da circulação de ideias, valores, sentimentos e pensamentos pela sociedade (TROTTA, 2005). Nesse sentido, é notório como a música interfere na vida social, visto que elas são criadas em determinado contexto, visando atingir um público-alvo que se identifica com a canção.

Participar de uma experiência musical significa entrar em contato com esses códigos culturais, valores sociais e sentimentos compartilhados que fornecem elementos para a construção de identidades sociais e laços afetivos. Isso significa que a música é uma forma de comunicação e que sua circulação determina as condições sobre as quais essa comunicação irá ocorrer, influenciando diretamente a construção de sentidos das práticas musicais. (TROTTA, 2005, p.183).

Portanto, considera-se a música como forma de comunicação que faz circular determinada mensagem para os públicos. Os públicos se apropriam das mensagens de forma desigual, tendo em vista gênero, classe e preferências. Sendo assim, ao analisar a evolução da música sertaneja é importante dar ênfase à sua distribuição e circulação dos valores pelas mensagens em cada público.

De fato, a música caipira ao ser incorporada aos poucos pela indústria cultural sofreu alterações significativas, criando a nova variante do sertanejo. O que antes retratava a vida rural passou a enquadrar basicamente temas de amor, traição e farra (flertando com o estilo brega eletrônico). A instrumentação alterou quando a viola foi aos poucos substituída por teclado, guitarra e bateria. Os artistas passaram a performar de modo espetacular e midiático. No entanto, o *Feminejo* fala com o público feminino trazendo nas letras uma contraposição aos “símbolos pop” da música centrados no masculino (apropriados pelos cantores sertanejos) e aos antigos valores herdados da música caipira pelo sertanejo.

4 O FEMINEJO ENQUANTO PROBLEMA DE PESQUISA

O *Feminejo* seria um termo que vem sendo utilizado para designar um lugar de fala das cantoras ou lugar social das mulheres dentro do sertanejo. Por conta das raízes do sertanejo na música caipira, a música sertaneja sob o domínio do olhar masculino sobre o feminino por vezes enxergou a mulher como submissa ao marido, como objeto sexual, sem uma fala a partir de um olhar feminino.

O *Feminejo* aparece em 2011 com a cantora Naiara Azevedo, quando lançou a música “Coitado” em resposta a uma música machista “Sou Foda” de Carlos & Jader. Enquanto eles diziam que “na cama te esculacho”, “melhor que seu marido”, “mas não se esqueça que eu sou vagabundo”, ela dizia: “Coitado! Se acha muito macho. Sou eu quem te esculacho. Te faço de capacho. Se acha o bicho. Nem era tudo aquilo que contava pros amigos. Eu sempre te defino. Desanimador, prepotente e arrogante. Não serve pra amante, talvez nem pra ficante. Não se esqueça que no final de tudo quem vive de baixaria leva a fama de chifrudo”. A partir deste acontecimento, novas cantoras como Simone & Simaria, Marília Mendonça e Maiara & Maraísa foram ganhando visibilidade com suas músicas voltadas para o público feminino.

“Feminejo” é uma expressão criada e utilizada pelos meios de comunicação para denominar o que seria uma ‘extensão’ da música sertaneja. Refere-se, mais especificamente, a um grupo de mulheres que estão se destacando cada vez mais no estilo sertanejo, com músicas que falam de comportamentos femininos que antes eram associados como tipicamente masculinos, como, por exemplo, ir a motéis, sair para beber, entre outros. (PERES e SILVA, 2019, p.144)

O historiador Gustavo Alonso em entrevista para o jornal *Nexo* falou sobre a história das mulheres no sertanejo. Ele ressaltou que a participação das mulheres na música sertaneja não seria novidade, mas sim o discurso do *Feminejo*, pois mostra o empoderamento das mulheres⁷. Peres e Silva (2019) traz a reflexão de que o discurso das cantoras do *Feminejo* desconstrói padrões considerados masculinos, reforçando a ideia de que as mulheres também podem beber, curtir, superar traições e fazer o que quiserem assim como os homens.

O *Feminejo* atual inclui temáticas femininas, as experiências da feminilidade e as definições dominantes nas letras do sertanejo que se considera importante socialmente. Essas letras refletem estruturas masculinas de interesse e de classe, fazendo com que a

⁷ C.f.: <https://www.nexojournal.com.br/podcast/2018/04/13/Por-que-o-sertanejo-%C3%A9-am%C3%BA-sica-pop-do-Brasil-atual>

presença do *Feminejo* reverbera de forma significativa nesse contexto, permitindo uma reflexão acerca da mulher no cenário do estilo sertanejo marcado por traços da cultura caipira (patriarcal, hierárquica etc), das letras produzidas, da performance dos artistas nas mídias etc. Neste sentido, interessante as pesquisas pensarem: que tipo de mulher fala o *Feminejo*? Quais as identificações das mulheres comuns aos valores estimulados pelas músicas das representantes do *Feminejo*? As músicas do *Feminejo* aproximam as mulheres socialmente (tendo em vista, em alguns casos, a vida marcada pela solidão do casamento ou do trabalho)? Essas seriam algumas possibilidades do *Feminejo* enquanto um rico objeto empírico de estudo.

Apesar das mulheres já fazerem sucesso na música sertaneja em outros tempos, o *Feminejo* seria um fenômeno circunscrito ao midiático contemporâneo. Enquanto objeto de estudo, o *Feminejo* pode se inscrever enquanto uma versão dos diferentes feminismos midiáticos existentes. Nas mídias especializadas para um público feminino, há uma difusão e uma circulação de valores tais como fórmulas da juventude, emagrecimento e casamento, que compõem esse feminismo observado nas mídias. Apesar desses estereótipos, as mídias estimulam no público feminino a identificação por mulheres celebridades, que por vezes abraçam a causa feminista. Mas um aspecto seria interessante ressaltar sobre o *Feminejo*: se o novo estilo, a performance das artistas e suas canções falam de aspectos comuns a todas as mulheres, então deixam de lado importantes questões como classe, raça e renda, funcionando apenas como mero recorte que não contribui para a compreensão da complexa condição feminina.

5 DISCURSO E VALORES: DO QUE FALA O FEMINEJO

Neste texto escolhe-se a Análise do Discurso francesa de Eni Orlandi, que tem a preocupação com a reconstrução histórica do sujeito do discurso, associando texto e história, sendo a finalidade do analista não interpretar, mas sim compreender como um texto produz sentido (ORLANDI, 2005). Assim, procura-se compreender o sentido por trás (não-dito) das canções (o dito) do *Feminejo*. Orlandi (2005) ressalta a impossibilidade de um acesso direto ao sentido do discurso, sendo importante considerar a interpretação como objeto de reflexão. Portanto, a interpretação das canções do *Feminejo* neste texto se traduz como uma reflexão que visa contribuir para os estudos. Mais ainda, a descrição e a interpretação seriam a soma que resultam em uma compreensão do sentido da mensagem que as letras do *Feminejo* apresenta à sociedade.

Mesmo se a finalidade primeira é descrever, penso que o trabalho do analista do discurso não se limita à descrição. Mesmo porque a descrição tem que ser interpretada. Melhor dizer então que sua finalidade não é descrever nem interpretar mas compreender – isto é, explicitar – os processos de significação que trabalham o texto; compreender como o texto produz sentidos através de seus mecanismos de funcionamento. (ORLANDI, 2005, p.27)

Pesquisou-se no site Letras.mus.br seis canções de sucesso do sertanejo universitário e do Fêmeinejo, organizando-as em tabelas com três categorias: nome da música, trechos das canções e sentidos implícitos (em que se observa a intensidade tanto do olhar masculino quanto do olhar feminino). Três músicas são cantadas por homens e três por mulheres.

Tabela 1: Canções do sertanejo universitário

Músicas	Trechos	Sentidos implícitos
“Ciumento Eu” (Henrique Diego)	& “Ciúme não, excesso de cuidado. Repara não, se eu não sair do seu lado. Tem uma câmera no canto do seu quarto. Um gravador de som dentro do carro. E não me leve a mal. Se eu destravar seu celular com sua digital”.	Observa-se, nesses trechos, um estímulo a uma obsessão e um sentimento de posse, no caso do homem pela mulher, já que a música conta a história de um homem que vigia constantemente a mulher, invadindo sua vida íntima.
“Vidinha Balada” (Henrique Juliano)	de “Vai namorar comigo, sim! Vai por mim, igual nós dois não tem. Se reclamar, cê vai casar também”.	Também se observa um sentimento de posse na exclamação, retratando o homem como alguém dono da mulher, como se se a mulher não tivesse um direito de escolha.
“Propaganda” (Jorge & Mateus)	“Tá doido que eu vou fazer propaganda de você. Isso não é medo de te perder, amor. É pavor, é pavor”.	Apesar de revelar o pavor de perder a mulher, o trecho mostra novamente um aspecto de posse: exibir ou não exibir a mulher (fazer propaganda) trata-se de uma prerrogativa masculina. Não fazer propaganda impede uma possível disputa masculina pela mulher (objeto da disputa).

Tabela 2: Canções Fêmeinejas

Músicas/ Cantoras	Trechos	Aspectos feministas
“Loka” (Simone Simaria)	& “Deixa esse cara de lado. Você apenas escolheu o cara errado. Sofre no presente por causa do seu passado. Do que adianta chorar pelo leite derramado?”	O cenário aqui é de auxílio ou consolo de uma mulher para com a outra, na relação com o homem. A sofrência de uma tenta ser afastada pela outra. Diferente do cenário de disputa nas canções com o olhar masculino.
“Folgado” (Marília Mendonça)	“Não venha, não. Eu vivo do jeito que eu quero, não pedi opinião. Você chegou agora e tá querendo mandar em mim. Da minha vida cuido eu”	A mulher não aceita ser objeto ou posse de ninguém, retratada como alguém de coragem para preservar sua individualidade feminina diante da dominação masculina.
“A Culpa é Dele” (Marília Mendonça)	com “O cara que eu tava deu em cima de você, foi? E aí você ficou com ele, mas foi uma vez, ok. Do que cê tá	Novamente elas se unem para não perder a amizade, diante de uma situação de um homem que ficou com as duas. Elas se

participação de com medo? De estragar a amizade?
Maiara & Nem fica preocupada, a gente
Maraísa. resolve mais tarde. Se quem tava
comigo era ele, a culpa é dele.
Quem fez essa bagunça na nossa
amizade é ele. Eu não vou deixar de
ser sua amiga por causa de um
qualquer que não respeita uma
mulher”
unem contra o homem que não respeita a
mulher, com o objetivo de não deixar que
se estrague a amizade.

Nessa análise comparativa, observa-se que o *Feminejo* trouxe um avanço ao pautar nas letras um olhar feminino (de amparo, amizade, união e estímulo ao empoderamento) em meio a um contexto da música sertaneja marcada pelo olhar marculino (de posse, domínio, obsessão e disputa pela “mulher-objeto”). Contudo, em outras canções, observa-se que existem canções do *Feminejo* que apresentam aspectos já ressaltados pelo olhar masculino, como submissão, disputa (feminina) e endeusamento da figura masculina. Vejam na Tabela 3:

Tabela 3: Canções do *Feminejo* que reforçam um olhar masculino

Músicas/Cantoras	Trechos	Aspectos machistas
“Cobaia” (Lauana Prado)	“Pego sua toalha pra quando você sair do banho. Posso ser a cobaia pra quando você fizer seus planos”	Observa-se a submissão da mulher ao ponto de fazer tudo que o homem quiser.
“Rapariga Digital” (Naiara Azevedo)	“Essas piriguete de internet, rapariga digital. Nunca vão superar uma mulher real. Essas piriguete de internet que todo mundo mordeu. Quer trair, cê trai com uma mais bonita do que eu”	O ciúme, a ofensa e a disputa dão o tom desse trecho. A personagem da música parece ofender outras mulheres por causa da figura masculina. Fato que reforça a rivalidade feminina pela atenção dos homens.
“Quem Ensinou Fui Eu” (Maiara & Maraísa)	“Tá tirando onda aí com o meu ex-namoradinho. Passando na boca que era minha. Coitada, já caiu na conversinha”.	Mais uma vez um aspecto de rivalidade feminina por causa da figura masculina que é endeusada.

Não fez parte dessa análise o conjunto de cinco EPs gravados pelas celebridades do *Feminejo*, Marília Mendonça e Maiara & Maraísa, no ano de 2020, sob o título “Patroas”. Foram regravados 14 sucessos sertanejos e gravadas quatro músicas inéditas de autoria das três cantoras. De modo breve, observa-se aqui trechos de músicas do primeiro EP: a musica inédita “Quero você do jeito que quiser”, de composição de Marília, da Maiara e da Maraísa; e as regravações: “Solidão é uma ressaca” (de Bruno e Rafael Dias) e “Coração bandido” (de Rafael Dias e Silas Barcelos). Essas regravações foram sucessos cantados por homens: Bruno & Marrone, Christian & Ralf e Leonardo. Contudo, na voz das cantoras do *Feminejo*, essas canções parecem ganhar uma

“roupagem feminina”, revelando aspectos do feminino e funcionando como uma resposta do *Feminejo* ao olhar masculino do sertanejo.

A canção da Marília “Quero você do jeito que quiser” mostra um aspecto da intimidade da paixão feminina “quando você chega perto eu me desconcerto. Sem fazer esforço tira minha roupa com os olhos, me deixa tonta com seus olhos”. Sem querer a mulher se apaixona, em segredo, de forma platônica ou real. Há um traço de dominância da mulher (“quero você”), mas também de entrega (“do jeito que quiser”). Como se trata de uma gravação inédita da Marília, a música já traz consigo uma perspectiva feminina.

No caso das regravações, as músicas já foram sucesso na voz de cantores, o que deixa evidente a perspectiva masculina. Mas observando a canção “A solidão é uma ressaca”, fica evidente uma mudança de quadro de sentido ou de uma angulação, quando elas utilizam substantivos femininos (em negrito no trecho): “Eu nem me lembro como foi que terminou. Se a gente fez amor ou só falou de solidão. Só sei que agora eu estou tão **dividida**. Acordei fiquei **perdida** com o coração na mão”. Os substantivos femininos na canção denotam o quadro narrativo da história de uma mulher que brigou com um homem, saiu para “tomar uma pra esquecer” e encontrou outro amor solitário. E a outra canção, “Coração bandido”, parece complementar essa histórias: um coração (de mulher) que vive traindo o homem ingênuo que não percebe. Ou seja, as regravações no Ep 1 de “Patroas” posicionam a mulher como a protagonista das histórias de paixão nessas canções, trazendo à tona novamente a discussão do empoderamento feminino.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As letras do *Feminejo* salientam uma problemática que contesta os vestígios de valores da cultura caipira nas letras do sertanejo cantado por homens e a condição feminina neste universo. O estilo procura visibilizar uma mulher que pode contar com o amparo da outra, a amizade de outra mulher e com a união das mulheres contra os homens (um estímulo ao empoderamento feminino) em meio a um contexto da música sertaneja marcada pelo olhar masculino sobre o feminino (olhar de posse, de domínio, de obsessão e de disputa pela “mulher-objeto”). Todavia, em outras letras, o *Feminejo* ressalta a disputa feminina pelo homem e um certo endeusamento da figura masculina. Ou seja, o estilo sublinha valores como submissão e rivalidade, comuns no sertanejo. Vale salientar que não se identifica nas letras do *Feminejo* uma defesa explícita da condição feminina na sociedade.

Assim, o *Feminejo* mostra suas próprias contradições, trazendo aspectos que valorizam a mulher se contrapondo aos valores da cultura tradicional caipira, mas que, ao mesmo tempo, exaltam alguns valores que reforçam o olhar masculino sobre o feminino do sertanejo universitário.

A canção da Marília Mendonça “Quero você do jeito que quiser” parece resumir o *Feminejo*: mostram traços de dominância da mulher, mas também da entrega dela à pessoa amada. Sem tomar partido pelo discurso feminista, o *Feminejo* posiciona a mulher como protagonista ou a patroa das suas histórias de paixão, sem esconder as fraquezas emocionais, mas deixando claro que, no final, quem manda é ela.

REFERÊNCIAS

CALDAS, W. A urbanização da música sertaneja. In: CALDAS, Waldenyr. *Acorde na Aurora: música sertaneja e indústria cultural*. 2ª ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1979, p.01-61.

JANOTTI JUNIOR, J. Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v.3, n.7, julho, 2006, p.31-47.

TROTTA, Felipe. Música e mercado: a força das classificações. *Revista Contemporânea, UFBA*, v.3, n.2, julho-dezembro, 2005, p.181-196.

CORTEZ, Fábio Nunes; DA SILVA, Maria Sueli Ribeiro; E CARVALHO, Michele Cristina Moraes. Da música raiz ao sertanejo universitário: um estudo discursivo sobre o caipira em produções midiáticas. In: XX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Uberlândia-MG. 2015.

ALMEIDA, Adrielly Campos E. A música sertaneja na era da cibercultura: o papel das tecnologias digitais na origem e popularização do sertanejo universitário. *Anais do Interprogramas Secomunica*, v. 1, 2016. 277-287.

ALONSO, Gustavo. *Cowboys do asfalto. Música sertaneja e modernização brasileira*, 2011.

PERES, Antônia Sandra Emília Pereira; DA SILVA, Daniele Costa. A Produção simbólicas da mulher nas canções do “Feminejo”. *Revista Homem, Espaço e Tempo*, v. 13, n. 1, p. 141-160, 2019.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Análise de Discurso e Interpretação. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. 2ª ed. São Paulo: Pontes, 2005, p.19-29.