



O Clube Dos Cafonas: Uma Análise Da Estética *Kitsch*¹

Danilo Moisés de Moraes Rebouças²

Marco Lunardi Escobar³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

O *Kitsch*, termo que começou a ser utilizado no século XIX na região da Baviera, com traduções múltiplas em diversas línguas é comumente associado na maioria delas ao mau gosto, artigo de pouco valor. Para fomentar uma melhor compreensão sobre o termo, utiliza-se como ferramenta de pesquisa o documentário audiovisual O Clube dos Cafonas (2010). O artigo desenvolve explicações e exemplos da estética kitsch em três campos: na música, na linguagem e nas vestimentas dos personagens.

PALAVRAS-CHAVE: Kitsch; Clube dos Cafonas; Brega.

1. INTRODUÇÃO

O *kitsch* é um fenômeno que surgiu da necessidade de ampliação de um mercado consumidor ávido para ter contato com a cultura da elite, no entanto, sem ter a necessidade de grande desprendimento intelectual. As classes mais abastadas agora teriam acesso a uma cultura barata, onde a reprodução desprezível esteticamente, criar um ar de anti-arte. Como fenômeno da comunicação de massa, a cultura *kitsch* perdura até hoje, onde, há um grupo discriminado pelo gosto da arte vulgar e assim a criação do estereótipo do indivíduo brega.

Os personagens do curta-metragem, O Clube dos Cafonas, são recheios calorosos para uma análise contemporânea do *kitsch*. “É perceptível nos personagens uma imensa atividade consumidora... Consumir é a nova alegria da massa, consome-se Mozart, museus, sol” (Moles, 1971, p.24) e nesse caso consome-se o estilo Brega. A metodologia utilizada no artigo foi a pesquisa bibliográfica em conjunto com a pesquisa participante, pois tendo conhecimento sobre o projeto de produção de um documentário,

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual no GP de Televisão e Vídeo III Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo – UERN, email: danilomoisesmr@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da UERN – UERN, email: marcoescobar@uern.com.br



participei dos processos de elaboração do curta-metragem. Baseado na literatura e nos eventos ocorridos durante o processo de conclusão do curta-metragem, o artigo trás uma série de opiniões dos personagens intercalados com a posição do autor Abraham Moles. A pesquisa bibliográfica contribuiu para dar base e concretude a posição dos personagens do documentário O Clube dos Cafonas e leva ao mesmo tempo a um ramo em que andam em conjunto grandes estudiosos e o popular para debater um único tema: o *kitsch*.

O termo *kitsch* vai remeter ao mau gosto artístico e a produção de qualidade inferior à arte tida como original, sendo considerado uma reprodução de padrões já existentes visando a fácil compreensão, o barateamento do custo das obras feita para comercialização e atingindo a massa, “o popular”. Em estilos musicais considerados “bregas” pela crítica artística, o uso de refrãos e frases curtas facilitam o entendimento e a fixação da canção na mente do ouvinte. Também as composições passaram a ter um uso constante de casos do cotidiano, como o amor, a traição e o ciúme são formas de aproximação entre o artista e o seu público.

O *kitsch* se caracteriza basicamente por cinco aspectos, conforme Abraham Moles são eles: o princípio da inadequação, onde as funções secundárias acabam protagonizando a estética do objeto, havendo o desvio da finalidade da obra, o que faz com que não haja uma relação harmônica do tema com a estrutura da obra; o princípio da acumulação é uma gama de objetos diversos sem um sentido ou unidade, o acúmulo é gerado pelo valor emocional dos objetos e/ou pelo baixo custo; a percepção sinestésica onde o uso dos vários sentidos, como a repetição de signos semelhantes como o mesmo sentido, é realizada para chamar atenção do consumidor. Devido as características supracitadas o *kitsch* é considerado vulgar (brega), princípio da mediocridade, o que não é uma coisa ruim, pois o vulgar na contemporaneidade é melhor absorvido pelas massas do que o erudito (*cult*). A aceitação por parte da sociedade é explicada pelo princípio do conforto, onde os objetos *kitsch* vão nortear a vida da sociedade com os pequenos prazeres do consumo.

O *Kitsch* encontra-se, portanto, ligado a uma arte de viver e talvez nesta esfera, ele encontrou sua autenticidade, pois é difícil viver em intimidade com as grandes obras de arte, tanto aquelas do vestuário feminino como as dos tetos de Michelangelo. Ao contrário, o *kitsch* está a altura do homem, do homem comum por ter sido criado pelo e para o homem médio... (MOLES, 1971, P.27)



Pelo que Abraham Moles define, o percurso histórico do *kitsch* se divide em três partes, a primeira com o surgimento do *kitsch* e a ascensão da burguesia no século XIX, fato ligado diretamente com a Revolução Industrial, em especial no quesito consumo e manufatura. O *kitsch* surgiu graças a uma cultura consumista, haja vista que uma nova classe social, à classe média, não dispunha de tanto dinheiro para adquirir obras de arte, vestuário e demais objetos da mesma qualidade dos que eram consumidos pela elite. Mas, essa classe menos privilegiada financeiramente ansiava adquirir produtos similares aos consumidos pela elite, surgindo assim o *grand magasin*, sendo a classe média a principal via de escoamento da produção manufaturada da época. A segunda fase denota uma crise no *kitsch* com o rigor da funcionalidade, uma contrapartida cultural a inutilidade do *kitsch*. A terceira fase data da segunda Revolução Industrial, quando o *kitsch* retorna com toda força, só que dessa vez com uma característica que o faz mais racionalista, o que vai ser designado por *neo-kitsch*. Após a Segunda Guerra Mundial a arte pop surge com conceitos que davam aparato para o *kitsch* como a fusão da arte com a vida, assim a arte perdeu a sua característica aurática e única, fenômeno decorrente desde a invenção da imprensa por Gutemberg, para dar espaço à reprodução, que antes vista com maus olhos, agora a reprodução passou a ser crucial para o desenvolvimento econômico e social.

2 . O KITSCH, O “BREGA” E O CULT

O desenvolvimento econômico faz-nos recordar da indústria cultural, a qual produz arte com o objetivo principal de ser consumido. O fator social diz respeito ao acesso que as camadas menos enriquecidas vão ter a arte, porque se não fosse o fácil contato com obras, através do fenômeno *kitsch*, essa classe estaria privada dos prazeres e conhecimentos artísticos.

Apesar do *kitsch* ser visto como uma forma de arte vulgar, brega, a sociedade em geral o consome pois não resiste aos apelos mercadológicos da indústria cultural, o que a torna uma sociedade *kitsch* em essência. O *cult* é a obra de arte popular de maior valor mercadológico, onde mesmo após sair de evidência ainda será consumido, o que incita que foi muito bem imposta pela indústria cultural, e com isso, muito bem aceita pela sociedade. O que difere o brega do *cult* vai ser um processo histórico que vai culminar no processo de estratificação social do gosto, a qual a obra de arte, que não está dentro dos padrões estéticos impostos pelos críticos de arte, vai ser considerada artisticamente



inferior, e quem vai consumi-lo caracterizado como brega. São as tendências e modismos expostos pela indústria cultural que dão base para diferenciar o *cult* do brega.

A alienação constitui um traço essencial do *kitsch*. Manifesta-se como uma soma de alterações globais das atitudes componentes. Contudo, embora simbolize uma alienação pelo fato de que o ser é muito mais determinado pelas coisas do que elas por ele, o processo *kitsch* não é necessariamente sinônimo de alienação. (MOLES, 1971, p.40)

Na sociedade em geral, esse aval da indústria cultural, vai ter mais força sobre o que é arte de primeira ou não, do que a opinião dos críticos especializados. Além do que, o que hoje é *cult* amanhã poderá ser brega, na medida em que novos costumes e modismos vão surgindo.

3 . BREVE HISTÓRICO DO “CLUBE DOS CAFONAS”

O Clube dos Cafonas é um programa radiofônico que teve início na década de 1970 nos estúdios da Rádio Difusora, situada no município de Mossoró do Estado do Rio Grande do Norte. Inicialmente, o ex-diretor da rádio, Ângelo Augusto Fernandes, era quem comandava a atração, mas sob seu comando o programa não ficou muito tempo no ar. Alguns anos depois, os locutores potiguares Carlos Nascimento e José Antônio decidem pela volta do programa que tinha no estilo da música Brega a sua principal audiência, sendo a mais pedida pelos ouvintes. Os locutores tinham o desejo de tornar o programa mais itinerante , ultrapassar as fronteiras radiofônicas, com esse intuito o programa ganhou nova roupagem, sendo transmitido através de clubes situados em Mossoró. O que era um programa produzido em estúdios, ganhou formato e fama ao sair pela cidade atraindo um grande público com forte atração pela música e estilo brega. Atualmente o programa está no ar todos os sábados a partir das 16 horas até meia noite, sendo transmitido ao vivo do local da festa escolhido para aquele final de semana.

4 . OS DIÁLOGOS E ADORNOS DOS PERSONAGENS

O documentário audiovisual, O Clube dos Cafonas, faz parte do projeto Curta Mossoró, financiado pelo BNDES e sob direção de três profissionais midiáticos potiguares. O documentário foi produzido por um grupo de alunos do projeto,



constituído por radialistas, universitários do curso de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, jornalistas e profissionais da área.

Sob supervisão de pessoas já envolvidas no meio audiovisual, o grupo resolveu intitular o trabalho com o mesmo nome daquele que seria o objeto de pesquisa do documentário: O Clube dos Cafonas. O que era pra ser mais um programa radiofônico da cidade, tornou-se um encontro habitual de pessoas com estilo próprio, marcadamente kitsch. Dentre as pessoas que frequentam a festa, está Dona Maria das Dores, professora mossoroense, que relata com orgulho ser uma das habituais da casa e está desde o início do projeto, sobe julgamento de que no Clube dos Cafonas são encontradas pessoas de todos os níveis culturais e serve como referência em movimentos independentes do município de Mossoró. Dona Maria estava vestida de maneira bem despojada, mas ao mesmo tempo sobrepunha uma série de peças que se encaixavam perfeitamente no Princípio da Acumulação. Bolsa, brincos, braceletes e anéis em combinações as quais fez de maneira a não haver combinações.

Uma outra frequentadora assídua do clube é a Dona Nilza, popularmente conhecida como “Nilza do Alho”, comenta em seu depoimento para o documentário que há pouco tempo se tornou viúva e que o clube foi um refúgio devido à alegria e felicidade repassada pelas músicas e as danças encontradas no recinto, ficando até exaltada ao relatar sua admiração aos cantores, principalmente aqueles que cantam o estilo brega. Bem humorada, ela finaliza sua fala dizendo: “... Adoro dançar, é a dança a minha válvula de escape para o meu corre-corre do dia a dia.”

O *kitsch* na vestimenta é marcado pelo exagero, pela falta de harmonia na composição visual e o abuso de cores chamativas. A moda por si só é um traço da modernidade, que permite ao ser tanto a individualidade, quanto a coletivização. Ao observar um estilo brega, os seus receptores extraem o que lhe agradam na composição, podendo ou não esses estarem na moda, mas permitem a si variações, provocando a individualização.

A moda oferece justamente esta combinação de maneira feliz: de um lado, ela é um domínio de imitação universal, uma imersão na silagem social mais larga, um alívio para o indivíduo da responsabilidade por seus gostos e suas ações - de outro, ela é uma distinção, uma acentuação, um embelezamento individual da personalidade. (SIMMEL, 1989 APUD CASTRO, 2007).

Dona Nilza do Alho no dia em que foi gravado o documentário estava vestida de maneira casual, estilo predominante no clube, com uma blusa na cor prata com ditados



na língua inglesa, que a própria assumiu não saber o que significava tais palavras e contrastava com sua calça *legging* com estampa de animal *print*. O *kitsch* “opõe-se a simplicidade, é uma arte que adorna a vida cotidiana com uma série de ritos ornamentais que lhe servem de decoração, dando-lhe o ar de uma complicação estranha, de um jogo elaborado.” (MOLES, 1971, p.25)

O cantor Santiago, uma das grandes atrações e trunfos para chamar público para O Clube dos Cafonas, demonstra sua alegria e satisfação em fazer parte de um programa radiofônico tão diferente, relata: “Vai do coroa a juventude, da juventude ao coroa, aqui, o povo não paga pra entrar nem pra dançar, só paga pra beber e comer.” Santiago além de cantor é compositor das músicas que canta, sempre com foco no tema romântico e de estilo brega. Considera-se o melhor cantor da cidade de Mossoró/RN e finaliza seu depoimento cantando um pequeno trecho de uma de suas músicas: “A gente briga, briga, briga, mas depois se entende, é sempre assim depois de uma briga... a gente faz amor, amor, amor pra esquecer tudo” e alegremente termina agradecendo como se estivesse diante do seu público.

Dona Fátima, que além de dona de casa é também cantora nas noites mossoroenses, é presença marcante nos sábados de cafonisse. Membro de um grupo criado dentro do próprio Clube dos Cafonas, denominado de “As Poderosas”, ela relata que se sente realizada quando aos sábados vai para o clube e ao chegar com o seu grupo de amigas “poderosas” a mesa enche de pessoas, principalmente homens querendo tirá-las para dançar.

O grupo “As Poderosas” é formado só por mulheres frequentadoras assíduas do programa, que sempre andam juntas e participam desde a produção para a festa até os homens que devem ou não dançarem. A produção para a festa é sempre acompanhada das melhores roupas e dos melhores sapatos, com perfumes de melhor aroma, para elas tudo isso se traduz em roupas bem chamativas, adornos na cabeça e bastante braceletes acompanhados de fragrâncias fortes, tudo isso com cores nem um pouco harmônicas.

A moda é tida como o uso passageiro que regula a forma de vestir, calçar e pentear que representa quem somos, o que pensamos e que imagem constrói para sermos reconhecidos no nosso meio social. É uma construção de imagem capaz de refletir, através de corpos vestidos, épocas e os costumes das sociedades que nela surgem. (MELLO E SOUZA, 1992, P.75).

A dona de casa, Margarida, é outra presença marcante em todos os eventos do Clube dos Cafonas. De maneira bem extrovertida e debochada, ela inicia seu



depoimento falando de sua pessoa: “Meus amigos, eu sou pessoa que vocês estão vendo, sem pintura, sem disfarce, sou essa pessoa natural como vocês estão vendo”, relata. Referência dentro do clube, a frequentadora mostra com satisfação sua carteira de associada do clube. Atualmente com estado civil de solteira, ela comenta que no clube já namorou, casou, separou, ficou viúva e agora está em busca de um novo amor.

5 . O KITSCH NA MÚSICA BREGA

A estética *kitsch* presente na música brega não se justifica apenas na sua produção e aceitação massificada. O que caracteriza como tal, como Umberto Eco (2004, p.72) em seu *Apocalípticos e Integrados* menciona, é “a vontade de provocar um efeito sentimental, ou melhor, oferece-lo já provocado e comentado, já confeccionado”. Uma música que foi bastante cantada no dia da gravação do documentário e festejada por todo o público é canção *Dama de Vermelho* do cantor e compositor Waldick Soriano: Garçom, olhe pelo espelho/ A dama de vermelho /Que vai se levantar./Note que até a orquestra/Fica toda em festa /Quando ela sai para dançar./ Essa dama já me pertenceu/E o culpado fui eu da separação/ Hoje eu choro de ciúme./Ciúme até do perfume /Que ela deixa no salão. /Garçom, amigo /Apague a luz da minha mesa/ Eu não quero que ela note/Em mim tanta tristeza./Traga mais uma garrafa,/ Hoje eu vou me embriagar./Quero dormir para não ver/Outro homem em meu lugar.

A relação do homem com o ambiente inclui ainda um aspecto sonoro. Há uma série de atitudes diante dos estímulos sonoros destinados ao prazer, isto é, a música, arte de reunir sons de maneira agradável à audição. Todavia, neste campo, a mensagem semântica tem pouca importância em relação à mensagem estética que constitui a especificidade das sonoridades, e nele as formas melódicas são essenciais. (MOLES, 1971, p.126).

Analisando as estrofes o processo de *kitschização* é bem evidente, revelando distintamente, os valores de sua composição sem que o público empenhe grande esforço de interpretação. Outra característica da música brega é a ausência de dissonância – presença de batimentos e efeitos sonoros resultados da diferença de frequência entre sons simultâneos, percebido como beleza e expressão da música.

6. CONCLUSÃO



Um objeto *kitsch* ou o *kitsch* presente na música, diálogos e vestimentas consideradas bregas têm certamente algum valor. Este valor atem-se a necessidade natural do homem de viver a fantasia, o lúdico, numa relação de prazer com a questão do gosto, presente em cada indivíduo.

Um valor importante ao falar do *kitsch* é não dotá-lo de um sentido pejorativo, como denominação de uma estratificação social, por mais que a alienação constitua um traço essencial da palavra e que se sustente numa civilização consumidora que produz para consumir e cria para produzir. O *kitsch* tem seu papel social de diluir a originalidade das coisas ao ponto de torná-la acessível a todos.

Seja em um encontro semanal aos sábados, seja no cotidiano ou até mesmo uma vez perdida na vida, se faz necessário um olhar crítico e inteligente, pois nem sempre o popular e/ou a massa tem um mau gosto. Como todas as etapas de qualquer indivíduo, tudo tem seu lado positivo e negativo, dessa forma o *kitsch* tem seu fator positivo na disseminação da arte para a massa e ao mesmo tempo oferece um olhar mais crítico ao menos dotados de sabedoria artística.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MOLES, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1970.
SOUZA, Gilda de Mello. **O Espírito Das Roupas**. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1987.