

O FORRÓ ELETRÔNICO NO NORDESTE: um estudo de caso

TROTТА, Felipe
Doutor em Comunicação e Cultura
UFPE
trotta.felipe@gmail.com

RESUMO

A banda cearense Aviões do Forró é uma das principais representantes do segmento de mercado conhecido como forró eletrônico, que atualmente movimenta numeroso público em feiras, arraiais, eventos e vaquejadas em todo o Nordeste brasileiro. Este artigo busca refletir sobre os modelos de circulação e divulgação empregados pela banda e correlacionar tais estratégias midiáticas com os universos simbólicos da música e da experiência sócio-musical de seus shows. Entendendo a música como um fenômeno comunicacional, este estudo de caso pretende colaborar com uma reflexão sobre as novas configurações do mercado de música, relacionando-as às construções identitárias e à criação de redes de compartilhamento social de símbolos, valores, pensamentos e visões de mundo.

Palavras-chave: Música popular. Gêneros musicais. Forró eletrônico

1 VOANDO ALTO E RÁPIDO

A banda cearense *Aviões do Forró* é uma das principais representantes do segmento de mercado conhecido como forró eletrônico, que atualmente movimentava numeroso público em feiras, arraiais, vaquejadas e eventos em todo Nordeste brasileiro. Com apenas seis anos de “estrada”, a banda mantém uma média mensal de 20 a 30 shows e sua projeção comercial em feiras, festas e eventos da região Nordeste, a coloca numa posição altamente vantajosa do mercado de música local. Seus cinco CDs oficiais gravados totalizam uma vendagem global de cerca de 2 milhões de unidades, sem contar os inquantificáveis discos e DVDs “piratas” que circulam livremente pelas ruas e em seus shows. Na Internet, os *sites* especializados em forró dedicam espaço privilegiado para a banda e sua comunidade “oficial” do Orkut conta com cerca de 175 mil membros¹. Em 2008, a canção “Chupa que é de uva” conseguiu permanecer de janeiro a julho no topo das paradas de sucesso radiofônicas, tornando-se uma espécie de símbolo da banda e do próprio forró.

O sucesso inquestionável da banda levanta diversas questões sobre a circulação de música em nossa sociedade, exatamente em uma época em que tal mercado vive cercado de incertezas. Desde o início do século XXI, a comercialização de músicas tem sofrido agudas mudanças no cenário internacional, motivadas sobretudo pela crescente popularização de modelos alternativos de circulação de músicas pela sociedade. Com a potencialização de um mercado musical voltado para pequenos nichos e não exclusivamente dedicado aos produtos “de massa” (ANDERSON, 2006), observa-se uma significativa diversificação de ofertas de música oriundas de espaços até bem pouco tempo periféricos no mercado. Apesar de este processo estar ainda muito longe de ameaçar o predomínio absoluto das multinacionais do disco, é relativamente fácil constatar que o surgimento de novos protagonistas no mercado musical regional tem relação direta com essa reconfiguração mercadológica menos centralizada, na qual bandas como *Aviões*, utilizando complexo aparato tecnológico, afastam-se de uma posição marginal no sistema para ocupar espaços de destaque. Neste processo, é

possível observar que modelos alternativos de circulação midiática correspondem a formas diferenciadas de compartilhar pensamentos e valores através da experiência sócio-musical, abastecendo seu público com visões de mundo e padrões de comportamento específicos.

2 ESTRATÉGIAS DE MERCADO

Analogamente às estratégias clássicas utilizadas pela indústria fonográfica (DIAS, 2000), o vetor básico de divulgação musical de *Aviões* é o fonograma gravado em estúdio e tocado em rádio. Porém, enquanto nas grandes gravadoras transnacionais a divulgação em rádio tem como objetivo a venda de *discos*, que são os principais produtos dessas empresas, os produtores e empresários das bandas de forró elegeram os *shows* como produto básico de vendas. Isso significa que a divulgação comercial nas rádios está voltada para a atração de público para a experiência musical ao vivo, que passa a ser o eixo central de comercialização.

O modelo comercial centrado no disco vem sofrendo sucessivas crises desde o final do século passado, apontando para uma progressiva perda de valor da música gravada (HERSCHMANN, 2007, p. 110-113). De acordo com Marcello Gabbay, trata-se de um “mercado da performance”, no qual as festas e apresentações ao vivo são responsáveis pela movimentação econômica e cultural em torno das práticas musicais (2007, p. 3). De certa forma, os produtores envolvidos com este mercado investem no que vem sendo chamado de “economia da experiência”, ou seja, um sistema comercial no qual o consumidor paga não para adquirir um produto ou um serviço, mas “para passar algum tempo participando de uma série de eventos memoráveis” (PINE e GILMORE, 1999, p. 2), o que se torna algo único e altamente lucrativo.

Podemos afirmar, portanto, que os empreendimentos desenvolvidos pelos empresários do forró eletrônico são uma resposta criativa a um modelo que já não responde às demandas de público. O mercado alternativo do forró foi inaugurado no início dos anos 1990 pela banda Mastruz com Leite, organizada pelo empresário Emanuel Gurgel, que pretendia revolucionar os padrões do gênero, tornando-o “estilizado e progressista”². Para atingir o objetivo, o empresário montou um poderoso sistema de rádios via satélite que dava suporte à divulgação de seus produtos musicais, a Somzoom Sat³. Sob a batuta de Gurgel, além da Mastruz formaram-se outras dezenas de bandas de perfil semelhante, divulgadas durante a década de 1990 pela rádio. Atuando ainda como gravadora, a Somzoom foi e ainda é a principal responsável pela

divulgação de novas e consagradas bandas de forró eletrônico (PEDROZA, 2001, p. 2). Portanto, no início do século XXI já havia um movimento de forró consolidado no mercado nordestino, inaugurado pela Mastruz e seguido por bandas como Limão com Mel, Calcinha Preta, Cavaleiros do Forró, Brucelose e Caviar com Rapadura, entre dezenas de outras. Integrando este mercado, a banda *Aviões do Forró* foi montada em 2002 pelos empresários-produtores Zequinha Aristides, Antonio Isaias Paiva Duarte (dono da produtora e loja Isaias Cd's) e Carlos Aristides, e começou a atuar em pequenas casas noturnas no interior do Ceará, com rápida resposta positiva de público⁴. O ponto chave dessa engrenagem é a *performance*. Segundo Jeder Janotti Jr., a *performance*

Aponta para uma espiral que vai das codificações de gênero às especificidades da canção. Mesmo que de maneira virtual, a performance está ligada a um processo comunicacional que pressupõe uma audiência e um determinado ambiente musical. Assim, podemos defini-la como um processo de produção de sentido e conseqüentemente, de comunicação, que pressupõe regras formais, ritualizações e comportamentos mercadológicos partilhados por produtores, músicos e audiência, direcionando certas experiências frente aos diversos gêneros musicais (2006, p. 10).

A boa projeção comercial de *Aviões* se relaciona, portanto, com sua inserção na categoria mercadológica do forró eletrônico, que conduz a construção de sentidos e a sedução do público nos momentos de experiência musical. Os shows da banda são montados com um evidente direcionamento para a dança, estabelecendo uma atmosfera festiva, dinâmica e animada, representada pelo grupo de dançarinas - os "aviões"⁵ - que atua no espetáculo. A elas cabe um forte apelo erótico e sensual, que busca uma comunicação direta com o público (especialmente o público masculino) e produz uma semelhança visual estreita tanto com outras bandas de forró, axé e brega, quanto com os programas de auditório televisivos como o célebre Programa do Chacrinha e o atual Domingão do Faustão. Nesse sentido, o perfil estético visual do show de *Aviões* dialoga com regras formais do universo do forró eletrônico e, ao mesmo tempo, com padrões vigentes na indústria do entretenimento, negociando significados e valores.

Ainda com relação ao mercado, é interessante notar que o preço relativamente acessível dos ingressos (muitos shows são gratuitos) permite aos produtores uma venda "alternativa" de CDs e DVDs nessas ocasiões. Apesar de a venda de discos não ser o vetor principal de geração de lucros em torno de *Aviões* (o que fica evidente através da disponibilização de faixas e discos piratas em feiras e pela Internet), a venda de discos "oficiais" quantifica o sucesso e acaba se tornando um segundo eixo de movimentação financeira. Uma vez que a gravação dos discos oficiais é relativamente barata e não

intermediada por nenhuma gravadora⁶, os CDs podem ser vendidos a um preço reduzido e bastante competitivo em relação aos “piratas”. Porém, no mundo do entretenimento audiovisual, são os DVDs de shows, gravados por produtores associados (autorizados pelos empresários) e vendidos também a preço baixo que movimentam um intenso mercado de *registro de experiências*, onde o público é seduzido a levar para casa um produto que rememora o momento da festa. Vale destacar também o conteúdo de muitos desses DVDs são disponibilizados na Internet em *sites*, *blogs* e comunidades do Orkut, sem aparentemente qualquer impedimento por parte dos autores das músicas, dos músicos da banda ou dos empresários responsáveis.

Sedimentando a ênfase da banda no mercado da experiência e da *performance*, *Aviões* passou a formatar um repertório mais acelerado com o objetivo de se apresentar no forte mercado carnavalesco das principais capitais do Nordeste, seguindo passos de outros grupos de forró como o Saia Rodada e Cavaleiros do Forró. Somente no verão de 2007/2008, *Aviões* realizou apresentações nas micaretas de Fortaleza (Fortal) Natal (Carnatal) e Aracaju (Precajú). Para esses eventos, a banda se transforma no que chamam de “*Aviões Elétrico*”, buscando traduzir o caráter animado através da associação com a tradição dos “trios elétricos”. Abre-se, então, para o forró eletrônico um novo mercado de apresentações durante o carnaval, originalmente hostil ao gênero, o que faz com que tais bandas consigam atuar durante todo o ano, gerando ainda mais circulação e lucro.

3 O SOM DE AVIÕES: PADRÕES DE FAMILIARIDADE SONORA

Apesar do CD gravado não ser o produto principal na estratégia comercial de *Aviões*, a banda não pode prescindir do lançamento comercial neste formato. Isto porque há ainda um certo *status* comercial em torno do suporte disco, tanto sob o ponto de vista do público, que aguarda o lançamento de novas canções a cada CD, quanto das próprias rádios, que utilizam o suporte gravado para veicular as canções da banda. Como o disco é um meio de divulgação das *performances* ao vivo, é desejável manter certa coerência sonora e estilística entre ambos. Nesse sentido, as considerações sobre a sonoridade da banda podem facilmente ser construídas a partir dos discos oficiais, metodologia que se reforça pela enorme semelhança sonora entre as gravações em estúdio e o resultado acústico dos shows.

Os discos oficiais da banda *Aviões do forró* são identificados apenas pela ordem de lançamento: volume 1, 2, 3, 4 e 5. Alguns trazem na capa a inscrição “A diferença está no ar”, que funciona como uma espécie de subtítulo da série. A idéia de criar um produto que dialogasse com o mercado de forró, mas com algo “diferente” é apontada

pelo produtor e compositor Natinho da Ginga, um dos envolvidos no lançamento da banda:

A gente iniciou esse projeto *Aviões do Forró* no intuito de diferenciar um pouquinho o que vinha acontecendo no mercado de forró através da interpretação, da essência, da pegada, de como o forrozeiro gosta de dançar. Tudo isso foi analisado para ser criado hoje esse fenômeno *Aviões do Forró* (depoimento registrado no 1º DVD Oficial da banda, 2007).

Destaca-se nesse depoimento o caráter “fabricado” da banda, estruturada na forma de um “projeto” para o qual foram realizadas determinadas “análises” de público-alvo e de demanda. Ao mesmo tempo, o produtor observa a importância da interpretação, centrada na figura dos cantores, a quem ele atribui boa parte do sucesso de tal “projeto”. De fato, os cantores Solange Almeida e José Alexandre (Xandy) entoam as canções, ora individualmente ora em dupla, com estilos interpretativos bastante definidos e claros. Solange é dona de uma voz forte e boa técnica vocal, utilizando recursos de vibrato e projeção com desenvoltura. Xandy, por sua vez, também possui voz forte porém mais voltada para a espontaneidade, para o coloquial, sendo o responsável por intervenções e comentários diversos durante as canções.

O produtor Natinho da Ginga enfatiza ainda em seu depoimento uma certa noção de originalidade, que seria responsável pela distinção da banda em relação a outros grupos de perfil estético análogo. Uma investigação mais aprofundada sobre a idéia de autenticidade empregada pelos músicos e produtores da banda fugiria do escopo desse trabalho, mas é importante destacar que há um certo destaque para a sonoridade da sanfona no referencial sonoro da banda. A sanfona se fixou no universo do forró como instrumento característico desde o sucesso de Luiz Gonzaga, nos anos 1940 (FERNANDES, 2005, p. 33). Assim, seu uso se tornou fundamental para atestar o pertencimento de determinada prática à classificação do forró. A despeito disso, diversas bandas de forró eletrônico anteriores a *Aviões* utilizam a sanfona de forma bastante tímida, gerando certa polêmica sobre sua legitimidade estética. É possível que o uso mais evidente da sanfona represente em parte essa “diferença” apontada pelo produtor e inscrita nas capas de alguns CDs oficiais. Nessas gravações, a sanfona divide espaço com a bateria e com o baixo na condução do acompanhamento, que soa ininterrupto e com poucas variações em todas as músicas.

Outro elemento importante na sonoridade da banda é a utilização de metais (trompete, sax tenor e trombone, sempre em bloco), que realizam quase todas as introduções, *intermezzos* e comentários musicais entre os versos. Apesar da tentativa de aproximação com a vertente legitimada do forró através do uso da sanfona, o

padrão sonoro recorrente nas 62 músicas gravadas nos discos oficiais produz uma intensa similitude com a música *pop* nacional e internacional através do baixo, da bateria, dos metais e do teclado, este último utilizado de forma restrita no conjunto da obra. É importante destacar que nos shows a importância sonora e visual da sanfona fica ainda mais reduzida em relação aos metais e à bateria. Aliás, o baterista Riquelme é um personagem importante dos espetáculos, sendo continuamente mencionado por Xandy, que elogia sua técnica e destaca sua participação em vários momentos.

Nas mixagens realizadas para os discos oficiais de *Aviões*, a utilização dos recursos de áudio como *reverb*, equalizadores, compressores e filtros diversos obedece a padrões pré-estabelecidos, oriundos quase todos de modelos experimentados da tradição da música *pop* internacional e nacional. A voz está sempre centralizada e os timbres graves do baixo e do bumbo da bateria recebem tratamento especial, imprimindo uma certa profundidade ao som, característica das músicas dançantes veiculadas em larga escala pela indústria do entretenimento. Da mesma forma, as melodias estão construídas sempre sob modelos conhecidos do sistema tonal, assim como os ciclos harmônicos são recorrentes e encontráveis em diversas searas da música popular. Ritmicamente, *Aviões* se utiliza basicamente de uma única célula em andamento médio, que é repetida em quase todas as canções⁷.

Todo esse conjunto de elementos estabelece um padrão auditivo fortemente caracterizado pela *previsibilidade*. De acordo com o musicólogo Richard Middleton, “podemos dizer que uma canção é previsível não no sentido de, sem conhecê-la, sabermos exatamente o que vem a seguir, mas no sentido que, ao ouvir a frase seguinte, nossa reação é ‘sim, eu imaginava que algo semelhante estaria por vir’” (1990, p. 48). Nesse sentido, a previsibilidade sonora de *Aviões* resulta em uma escuta caracterizada pelo reconhecimento contínuo de elementos. Indo além da teoria apocalíptica da estandardização de modelos, é possível pensar no desenvolvimento de uma escuta confortável e confortante, na qual os padrões técnicos (modelos de equalização sonora, utilização de filtros, *reverb*, volume, compressores) e musicais (clichês harmônicos e melódicos, estruturas rítmicas recorrentes) repetidos e conhecidos estimulam o ouvinte a relacionar essa experiência com sua bagagem musical e afetiva anterior, devidamente catalogada e associada a símbolos e sentidos continuamente construídos. Acionam, assim, uma *memória musical* na qual a identificação de modelos no repertório desencadeia complexos processos de compartilhamento afetivo.

A memória musical é exatamente essa memória do repertório, esse “cadastro” que se revela não só como uma espécie de “banco de

dados”, mas também nas formas de acessá-los, nos recursos que envolvem lembranças e esquecimentos de canções, estilos, sonoridades, timbres, etc. (HERSCHMANN e TROTТА, 2007, p. 79).

A partir deste reconhecimento, as redes de pertencimento e identidade são reforçadas através do compartilhamento dessa “cultura auditiva” que expressa idéias, símbolos e valores que circundam a experiência musical. Este processo se complementa com o conteúdo verbal das canções, que estabelece temas e refrões reconhecidos e repetidos. As letras são estreitamente casadas com o perfil sonoro conhecido e padronizado, a sua temática principal gira em torno do trinômio festa, amor e sexo. Desta forma, a música de *Aviões do Forró* tem um endereçamento sócio-musical bastante claro: música dançante feita para jovens em festa cantarem seus dilemas sexuais e amorosos.

4 FLUXOS E CONSTRUÇÕES DE SENTIDO: JOVEM, FESTA, AMOR, SEXO E FORRÓ

Utilizando uma poderosa simbiose entre o conteúdo sonoro e a temática das letras, a mensagem geral de *Aviões do Forró* aponta metalinguisticamente para o próprio evento sócio-musical. Em outras palavras, ao narrar as idéias de festa, amor e sexo, a banda identifica seu público potencial e faz uma espécie de propaganda de seus shows, nos quais a festa se instaura pela dança, que se relaciona à paquera e favorece a formação de casais. É através desse trinômio que a banda busca atingir o maior número de pessoas, seduzindo seu público para os momentos de lazer coletivo. Apesar de a grande maioria de suas letras narrarem de alguma forma ações protagonizadas pelo casal, a sonoridade dançante e a estrutura geral das músicas está o tempo todo vinculada ao momento coletivo de experiência social e musical dos shows.

As diferentes abordagens e ênfases nas três variáveis temáticas básicas de *Aviões* reforçam a simbiose entre o próprio show (festa), os desejos (sexo) e os estados afetivos do casal (amor). Apesar de algumas músicas estarem mais centradas em um aspecto do que em outro, o conjunto do repertório e os padrões recorrentes acabam reforçando a idéia de um ambiente onde tais vivências são intercambiáveis. Um exemplo é o caso da música *Coração* (Dorgival Dantas), um dos primeiros grandes sucessos da banda, gravado no CD “*Aviões do Forró Vol. 02*”:

Coração,
Para que se apaixonou
Por alguém que nunca te amo
Alguém que nunca vai te amar

O tom apaixonado e desiludido com final do relacionamento aponta para um

estado introspectivo do indivíduo que sofre em função do casal que não mais existe. Porém, a sonoridade remonta os mesmos padrões festivos de outras canções do disco (e dos shows), caracterizando um momento de “desabafo” no *contexto da festa*. Essa canção não faz qualquer menção às idéias de festa ou de sexo, que permanecem latentes através da recorrência sonora e do padrão auditivo. Em outros casos, o ambiente de festa é associado ao consumo de bebidas e à “curtição”, sem explicitamente mencionar o flerte e a conquista amorosa como neste trecho da música *Barba, cabelo e bigode* (Natinho da Ginga):

Vou sair na bagaceira
Hoje eu quero curtição
Vou me encontrar com a galera
Pra curtir lá no forró

Porém, a temática majoritária das músicas da banda incorpora uma certa continuidade entre a festa e a relação amorosa e sexual, descrevendo estratégias de conquistas, narrando belezas femininas, comentando ações e situações do casal. As canções de *Aviões* inserem-se, quase sempre, no que a pesquisadora Mônica Leme chamou de *vertente maliciosa* da música popular brasileira, caracterizada por uma forte integração entre ritmo, texto, música e dança, utilizando “letras de duplo sentido, geralmente humorísticas, cuja carga semântica pode se intensificar através do auxílio de gestos sensuais da dança” (2003, p. 29). Tal vertente estaria presente desde os tempos da Colônia através de modinhas, lundus, e, posteriormente, maxixes, sambas e diversos gêneros urbanos (idem, pp. 78-105) incorporando, a partir da década de 1990, um consolidado aparato midiático e visual, com coreografias sugestivas e erotizadas. Portanto, a temática amorosa-sexual das canções da banda, temperada com apelos visuais das dançarinas não chegam a caracterizar uma grande novidade no mercado musical, o que pode ser confirmado através das diversas referências a outras searas musicais encontradas no repertório de *Aviões*.

Muitas vezes essa associação ocorre através da regravação de músicas lançadas em outros gêneros, como o grande sucesso *Estando com ela e pensando em ti*, lançada em 2004 por seu autor, o cantor de brega Kelvis Duran e, no ano seguinte, registrada no Vol. 03 do *Aviões*. Em outros exemplos, de forma menos direta, é possível ouvir referências a músicas e grupos consagrados, como o *hit* de 2007 *Tome tome*, gravado no CD “*Aviões do Forró Vol. 05*”, cujo refrão faz óbvia alusão à famosíssima música *Segure o Tchan*, lançada em 1995 pelo grupo *É o Tchan*:

Se eu te pego do meu jeito
Do jeito que eu to afim

É tchan, tchan tchan,
Tchan tchan tchan tchan tchan
Tchan tchan tchan
Quero ouvir seu fungadinho

Se por um lado, o trânsito de elementos musicais e simbólicos entre práticas identificadas com a vertente maliciosa da música brasileira funciona como eixo de identificação jovem, fundado no trinômio festa-amor-sexo, não podemos ignorar o fato de o forró eletrônico apresentar um diálogo estreito com o própria classificação mais ampla de forró, o que apresenta algumas variantes importantes na circulação, na construção identitária e no imaginário agregado ao produto *Aviões do Forró*.

Como desdobramento estilístico do forró consagrado, atualmente conhecido como “pé-de-serra”, difundido e legitimado pelo repertório de Luiz Gonzaga, Jackson do Pandeiro, Trio Nordestino, entre outros, o forró eletrônico (também chamado de *estilizado*) dialoga com os referenciais simbólicos deste universo. Desta forma, o eixo de identificação jovem festa-amor-sexo, de tendência universalizante, sofre uma territorialização ao se associar ao imaginário do forró. Criado e difundido nacionalmente com um forte apelo à noção de região, colaborando inclusive para o compartilhamento de valores e imagens sobre o Nordeste (ALBUQUERQUE, 2006, pp. 151-155), o forró está estreitamente associado ao imaginário rural do sertão nordestino, ao flagelo da seca e às duras condições de vida do trabalhador rural num ambiente de Natureza hostil. Está fundado nas lembranças do migrante que fugiu desse ambiente e por isso remonta a idéia de distância, de saudade, e de um latente desejo de retorno (VIEIRA, 2000, pp. 35-90). Pode-se observar, portanto, que este referencial estereotipado não corresponde à situação atual do jovem urbano dos estados do Nordeste, que, não raro, recusa sua filiação pura e simples a este imaginário.

Para os jovens habitantes de cidades como Campina Grande, Feira de Santana, Garanhuns ou Caruaru, o interior nordestino imaginado através das obras de Luiz Gonzaga (o sertão, a seca, a pobreza, a ingenuidade) refere-se a algo distante no tempo e no espaço, retrato musical de uma época e de um conjunto de idéias e pensamentos que simplesmente não existe mais. Esse jovem urbano do interior desenvolve novos modelos de identificação musical, aproximando tradições musicais locais de suas práticas e imaginários cotidianos como o *shopping center* ou o último lançamento cinematográfico norte-americano. De certa forma, assim como a música sertaneja se modificou no final dos anos 1980 para representar não mais o caipira atrasado mas o produtor rural do mundo do *agrobusiness*, das *pick-ups* e dos rodeios (NEPOMUCENO, 1999, p. 203), este jovem urbano moderno (ou pós-moderno?) estabelece novos elos de identificação através da música e do consumo. E vai encontrar

nas bandas de forró um conjunto de símbolos identitários e imagéticos que reforçam determinados valores compartilhados de sua herança afetiva coletiva regional, mesclando-os a referenciais simbólicos modernos e universais.

Porém, não se pode restringir o sucesso do forró eletrônico à vertente jovem interiorana. Isso caracterizaria uma tentativa de homogeneização das afiliações culturais juvenis, que, ao contrário, são repletas de contradições, nuances e “dubiedades intrigantes” (FREIRE FILHO, 2007, p. 54). O jovem das capitais também se identifica e freqüenta com assiduidade as apresentações de forró eletrônico, absorvendo elementos identitários e construindo estratégias de pertencimento através dos valores, pensamentos e perfil ideológico do forró. Em pesquisa realizada na cidade de João Pessoa, por exemplo, as “bandas de forró” foram apontadas como a prática musical de maior presença no cotidiano da população, correspondendo 34% das expressões musicais da capital paraibana (QUEIROZ et al., 2006, p.12). Em Recife, Maceió, São Luiz, Natal ou Fortaleza a situação não difere muito e podemos confirmar a penetração do forró eletrônico diariamente na programação das principais rádios comerciais dessas localidades. Possivelmente nesses locais, o imaginário da juventude e o trinômio festa-amor-sexo prevaleçam nas estratégias de construção de sentido e nos fluxos de interpretações e de gosto musical. Como postula o musicólogo Pablo Vila, as identidades musicais são construídas sob a forma de narrativas, sempre abertas e incompletas, acionadas de acordo com as “necessidades” identitárias de cada momento, de cada experiência (VILA, 1996). Da mesma forma, as canções populares e todo o sistema simbólico e mercantil desenvolvido em torno delas configuram “sistemas abertos”, endereçados potencialmente a *todos* e apropriados por aqueles que se dispuserem a compartilhar memórias, visões de mundo e estoques de símbolos, elementos e significados (CARVALHO e SEGATO, 1994).

5 ATERRISSANDO

O fenômeno *Aviões do Forró*, inserido no amplo contexto mercadológico do forró eletrônico levanta, como vimos, inúmeras questões. Neste artigo, algumas delas foram discutidas, como a ênfase na experiência sócio-musical como eixo principal de circulação e comercialização, a recorrência dos padrões musicais utilizados, associando o estilo a outras tendências da música pop-jovem nacional e a temática centrada nas idéias de festa, amor e sexo, no ambiente regional do forró.

No entanto, há aspectos importantes que ainda merecem maior aprofundamento e que se relacionam às negociações de legitimidade envolvidas em

torno dessa prática, tanto numa dimensão mais política quanto num viés mais estético. É necessário frisar que uma parte significativa do financiamento de shows e eventos em torno do estilo é proveniente de prefeituras e órgãos públicos. Esta estratégia deriva evidentemente da própria projeção social que essas bandas conquistaram e que, de fato, geram uma demanda cultural. No entanto, não podemos negar os ganhos simbólicos e eleitorais que prefeitos e políticos em geral obtêm com essas apresentações, beneficiando-se de um momento afetivamente significativo do público nos espetáculos para divulgar seus nomes e ações. Este viés evidencia o aspecto político das práticas musicais, nem sempre apontado nas considerações sobre a indústria do entretenimento musical, mas que é altamente relevante para a estruturação e circulação de música, trazendo importantes negociações de significados nem sempre evidentes.

Um outro fato que merece destaque é que a circulação privilegiada do forró eletrônico pela sociedade produz uma forte reação de setores da mídia e da intelectualidade, que questionam sua suposta má qualidade. As críticas com relação à qualidade se estendem quase sempre à esfera das políticas culturais desenvolvidas, questionando a aplicação de recursos públicos para promoção e apresentações de algumas bandas. De forma particularmente agressiva, alguns jornalistas, músicos e até mesmo pesquisadores buscam desqualificar a produção e a música de algumas bandas classificando-as como de “mau gosto”⁸. Está em jogo aqui, mais do que a questão do gosto propriamente dito, um tenso debate sobre a classificação e a posição hierárquica gênero forró na sociedade e a possibilidade ou não de inclusão da categoria forró eletrônico no gênero. É interessante observar que uma discussão semelhante tomou conta da intelectualidade carioca em meados da década de 1990 com relação ao samba e ao pagode romântico, na qual uma parcela da crítica buscava excluir da classificação samba, historicamente legitimada como de boa qualidade, os grupos de pagode que dominavam o mercado nacional (TROTТА, 2006). Esta constatação evoca a importância dos gêneros musicais para a circulação de símbolos e valores pela sociedade, que funcionam como vetores de classificação e hierarquização entre as músicas que circulam pelo mercado. E faz questionar também os preconceitos e as negociações entre esses valores, evidenciando o terreno instável, conflituoso e altamente emotivo da cultura.

As novas configurações do mercado musical atual têm possibilitado a emergência de fenômenos comerciais que seguem estratégias comerciais alternativas aos modelos sedimentados da grande indústria e, desta forma, amplificam pela sociedade sonoridades, valores, idéias e visões de mundo peculiares e polêmicos. A

banda *Aviões do Forró* é apenas um instigante exemplo deste amplo processo, ainda carente de investigação acadêmica aprofundada.

ABSTRACT

The band *Aviões do Forró*, from the state of Ceará, is one of the most important bands of the market segment called “eletronic forró”, which takes thousands of people to shows in several cities of Northeast of Brazil. This paper aims to investigate the models of musical circulation applied by the band and relate these media strategies with the symbolic universes of music. The music here is understood as a communicational phenomenon which is linked to social sharing of values, thoughts and world views. This case study intends to collaborate with the researches about the new music market, trying to associate its commercial structure to the construction of cultural identities.

Keywords: Popular music. Music genres. Forró.

RESUMEN

El conjunto cearense *Aviões do Forró* es uno de los principales representantes de este sector del mercado conocido como forró electrónico, que actualmente movimenta un público numeroso en ferias, “arraiás”, eventos y “vaquejadas” en todo el Nordeste brasileño. Este artículo busca reflexionar sobre los modelos de circulación y divulgación empregados por este conjunto y correlacionar estas estrategias midiáticas a los universos simbólicos de la música y a la experiencia sócio-musical de sus espectáculos. A partir de una comprensión de la música como un fenómeno comunicacional, este estudio de caso se propone a colaborar con la reflexión sobre las nuevas configuraciones del mercado de la música y sus relaciones con las construcciones identitárias y con las creaciones de redes sociales de producción compartida de símbolos, valores, pensamientos y visiones de mundo.

Palabras claves: Musica popular. Generos musicales. Forró.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Durval Muniz de. *A invenção do Nordeste e outras artes*. São Paulo: Cortez, 2006.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. São Paulo: Campus, 2006.

CARVALHO, José Jorge e SEGATO, Rita Laura. *Sistemas abertos e territórios fechados: para uma nova compreensão das interfaces entre música e identidades sociais*. Série Antropologia 164. Disponível no site www.unb.br/ics/dan Acesso: 15/09/2007. Brasília: UnB, 1994.

DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.

FERNANDES, Adriana. **Music, migrancy and modernity: a study of Brazilian forró.** Tese de doutoramento defendida na University of Illinois. Urbana, Champaign (EUA), 2005.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

GABBAY, Marcello. **O tecnobrega no contexto do capitalismo cognitivo: uma alternativa de negócio aberto no campo performático e sensorial.** Revista E-Compós nº 9, agosto de 2007, disponível em www.compos.org.br (Acesso: 12/01/2008).

HERSCHMANN, Micael. **Lapa: cidade da música.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HERSCHMANN, Micael e TROTТА, Felipe. **Memória e legitimação do Samba & Choro no imaginário nacional** In: *Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação.* Ana Paula Goulart Ribeiro e Lucia Maria Alves Ferreira (orgs.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

JANOTTI JÚNIOR., Jeder. **Por uma análise midiática da música popular massiva.** Revista E-Compós, ed.6, disponível em www.compos.org/e-compos Acesso: 07/08/2007. Agosto, 2006.

LEME, Mônica. **Que tchan é esse? Indústria e produção musical no Brasil dos anos 90.** São Paulo: Annablume, 2003.

MIDDLETON, Richard. **Studying popular music.** Philadelphia, EUA: Open Music University, 1990.

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

PEDROZA, Ciro. **Mastruz com Leite for all: folkcomunicação ou uma nova indústria no Nordeste brasileiro.** Campo Grande: Anais da XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação - Intercom, 2001.

PINE, Joseph & GILMORE, James. **The experience economy: work is theatre & every business a stage: goods and services are no longer enough.** Harvard Business School Press: Boston, EUA, 1999.

QUEIROZ, Luis Ricardo; FIGUEIRÊDO, Anne Raelly P. e RIBEIRO, Yuri. **Práticas musicais no contexto urbano de João Pessoa.** Anais do XVI Congresso da ANPPOM (Associação de Pesquisa e Pós-Graduação em Música), Brasília, 2006.

SANDRONI, Carlos. **Feitiço decente: transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933).** Rio de Janeiro: Zahar/Ed.UFRJ, 2001.

TROTТА, Felipe. **Samba e mercado de música nos anos 1990.** Tese de doutoramento defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Rio de Janeiro, 2006.

VIEIRA, Sulamita. **O sertão em movimento: a dinâmica da produção cultural.** São Paulo: Annablume, 2000.

VILA, Pablo. **Identities narrativas y musica: uma primeira propuesta teórica para entender sus relaciones.** TRANS Revista Transcultural de Musica n. 2 (Acesso 26/12/2005), 1996.

Notas:

¹ Este número é superior ao da comunidade das bandas de forró Calcinha Preta (120 mil), Cavaleiros do Forró (74 mil), Saia Rodada (53 mil) e da precursora Mastruz com Leite (16 mil). Em termos de quantidade, é comparável aos números de artistas prestigiados do *mainstream* da indústria da música brasileira como Zeca Pagodinho (225 mil), o grupo teen High School Musical (196 mil) e o grupo de rock Los Hermanos (206 mil) (dados obtidos em 26 de julho de 2008).

² Retirado do site da banda www.mastruz.com.br Acesso: 30/jan/2008.

³ De acordo com o *site* da rádio, a Somzoom Sat conta atualmente com 98 afiliadas em 15 estados brasileiros, cobrindo uma área de 95 cidades (www.somzoom.com.br, Acesso: 28/jan/2008).

⁴ Dados retirados do *site* da banda: www.avioesdoforro.com.br Acesso: 28/jan/2008.

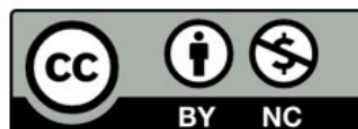
⁵ De acordo com o *site* do grupo (www.avioesdoforro.com.br), “o nome *Aviões do Forró*, surgiu pelo fato de ter duplo sentido, referindo-se a algo grande. Ainda referindo-se a mulheres bonitas e de corpo escultural”. Nesse sentido, as noções de modernidade, erotismo, sedução, fascínio, velocidade e grandeza se misturam na composição simbólica do nome da banda, segundo seus criadores.

⁶ Desde o primeiro disco da banda, os produtores e empresários envolvidos financiaram o aluguel e/ou compra de equipamentos necessários para gravação, mixagem e fabricação dos CDs, o que confere à equipe de produção uma grande autonomia estética e empresarial, chave do empreendimento (dados obtidos em entrevistas publicadas no 1º DVD Oficial Aviões do Forró, lançado em 2007).

⁷ Esta célula rítmica é bastante conhecida na musicologia latino-americana e tem sido chamada de *tresillo* ou simplesmente padrão 3-3-2 (SANDRONI, 2001, p. 28). No Brasil, é a marcação básica do samba de roda baiano, do coco nordestino, do partido-alto carioca e do baião consolidado nacionalmente pela obra de Luiz Gonzaga.

⁸ José Teles, matéria intitulada “Bandas escanteiam o pé-de-serra”. Recife, *Jornal do Commercio*, 13/06/2007.

Copyright (c) 2009 Autor(es) / Copyright (c) 2009 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal.
Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.



Selo CC-BY-NC com Direito Autoral_2009