



## Apontamentos para Uma Aproximação Crítica do Universo do *Forró Pop*<sup>1</sup>

Ricardo Augusto de Sabóia FEITOSA<sup>2</sup>

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

### Resumo

O artigo propõe, a partir de uma revisão da literatura crítica sobre o forró, discutir a emergência do forró pop como gênero articulador de novas relações de identidades, sociabilidades e referenciais de consumo nas culturas cearense e nordestina contemporâneas. Busca identificar questões centrais para uma análise “midiática” deste universo e indicar perspectivas para uma investigação que se revele apropriada à dimensão que o forró pop assume no cotidiano e nas dinâmicas culturais locais.

**Palavras-chave:** música; identidade; forró; pop; jovem

### 1. Forró: do baião ao “eletrônico”

Traçar uma breve história do forró e das análises críticas correlatas é um exercício que incorre necessariamente em simplificações e eventuais omissões, mas é essencial para elaborar uma reflexão crítica sobre seu universo musical e cultural, suas transformações ao longo das últimas décadas até a emergência, a partir da década de 1990, de um cenário dinâmico centrado no consumo do *forró pop*.

Nessa trajetória, é comum atribuir a existência de duas eventuais versões etimológicas de origem do termo “forró”. A primeira, menos aceita, o situa como uma derivação de *for all* (“para todos”) e estaria associada a festas promovidas a ingleses ligados à construção de estradas no Nordeste; a segunda, acompanhando o pesquisador Câmara Cascudo, atribui a origem a “forrobodó”, expressão para determinadas festas populares na região. É o caso de Silva (2003), ao sugerir uma abordagem para o forró que identifique “tanto o aspecto etimológico como o sociocultural” (p. 72). Para o autor

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Comunicação e Culturas Urbanas do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor do curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Coordenador da pesquisa “Forró Pop e a nova indústria cultural no Ceará”, e-mail: ricardosaboia@unifor.br.



Quando esse termo surgiu, não se referia a um gênero musical ou a uma dança: era o lugar onde as pessoas iam dançar. As pessoas falavam “Vamos pro forró”, assim como falavam “Vamos pro samba” (...) Sendo *for all* ou *forrobodó* a origem do termo, ambas refletem um fundo sociológico comum, isto é, dizem respeito ao universo do merecido lazer após a jornada de trabalho. A palavra e o gênero musical remetem não apenas ao período das construções de ferrovias, mas ainda hoje ao ambiente de lazer nos quais os nordestinos que habitam as metrópoles encontram amigos e matam saudades da terra natal” (SILVA, 2003, p.72)

Se, como afirma Silva, a vinculação do forró a uma espacialidade e a uma temporalidade referentes ao universo dos locais e das horas de lazer é anterior à própria designação do forró como gênero musical, é igualmente importante ressaltar que sua formação remete a ritmos como a embolada, o batuque sertanejo, a toada, o xote (VIEIRA, 2000; SANTOS, 2004) e, notadamente a partir das décadas de 1930 e 1940, o “baião”.

Diversos autores voltaram-se ao baião para analisar a centralidade deste ritmo e do seu principal artista, Luiz Gonzaga, no cenário de constituição das identidades regionais e nacional, bem como da afirmação de uma música “brasileira” na primeira metade do século XX. Letícia Vianna (1998) mapeia distintas fases vividas pelo “Rei do baião” em trânsito entre o Nordeste e o Sudeste. Maria Érika de Oliveira Lima (2005) ressalta que Gonzaga “foi, sem dúvida, o precursor do gênero forró difundido pela indústria fonográfica e cultural”. Albuquerque Júnior (2001) identifica o baião em um contexto que envolve tanto uma “sensibilidade regional” como uma afirmação de um “mercado” cultural:

O baião será a “música do Nordeste”, por ser a primeira que fala e canta em nome da região. Usando o rádio como meio e os migrantes nordestinos como público, a identificação do baião com o Nordeste é toda uma estratégia de conquista de mercado e, ao mesmo tempo, é fruto desta sensibilidade regional que havia emergido nas décadas anteriores (2001, p. 155)

O autor ressalta que a figura de Gonzaga e a consagração do gênero são construídas a partir de uma “rede de comentários” que constitui uma “produção discursiva” elaborada em críticas de revistas especializadas, nos jornais, nos programas de rádio e nas revistas que cobriam o universo radiofônico da época. Essa produção discursiva, por sua vez, configura “espaços de instituição da voz como símbolo, como identidade de um artista e, por extensão, como identidade de uma região ou nação”



(ALBUQUERQUE JÚNIOR, p. 157), no contexto mais amplo, por sua vez, de “invenção do Nordeste” como “espaço da saudade” (p. 151).

Santos (2004) também analisa a importância de Luiz Gonzaga no cenário em que, “no período de 1946 a 1955, reinou na música brasileira o período de auge do baião” (p.50), possibilitando que “artistas que até o momento eram intérpretes de músicas consideradas urbanas também gravassem o novo ritmo”, como Carmen Miranda, Carmélia Alves e Izaora Garcia (p. 51). Essa dimensão de “música nacional” era construída nos principais programas de rádio sediados na então capital federal, a cidade do Rio de Janeiro.

Realizando uma detalhada reconstituição da carreira de Gonzaga, o autor narra o “ostracismo” do músico e do baião a partir da década de 1950, com a emergência de ritmos como o rock e a jovem guarda, e sua “redescoberta”, com a ascensão do tropicalismo na cena musical brasileira do final dos anos 1960, cujo maior símbolo é a regravação de Asa Branca por Caetano Veloso no disco Transa, em 1972.

É também na década de 1970 que Silva (2003) situa o aparecimento do “fornó universitário”, gênero “fruto da junção do fornó tradicional com a musicalidade do pop e do rock” (p. 17). Esse “novo estilo de fornó”, para o autor, pode ser identificado em duas fases, com surgimento em 1975 e consolidação nos anos 90, caracterizado pela inclusão dos “primeiros artistas a introduzirem instrumentos eletrônicos no fornó” (idem).

Além das “categorias” do “fornó tradicional” (“surgido em meados da década de 1940, caracteriza-se pela criação artística do universo rural do homem sertanejo”, SILVA, 2003, p.17) e do “fornó universitário”, o autor propõe ainda uma terceira categoria, o “fornó eletrônico”, emergente na última década do século XX:

Sua característica principal é a linguagem estilizada, eletrizante e visual, com muito brilho e iluminação, empregando equipamentos de ponta, com maior destaque para o órgão eletrônico, que aparentemente “substitui” a sanfona. Inspira-se na música sertaneja romântica (*country music*), no romantismo dito brega e na *axé music*. A banda é composta em média por dezesseis integrantes, todos jovens, incluindo músicos e bailarinas (SILVA, 2003, p. 17).

Na década de 1990 e nos anos 2000, parcela significativa dos estudos sobre o fornó concentraram-se ora no fornó universitário ou no consumo pelos nordestinos em São Paulo e no Rio de Janeiro (CEVA, 2002; ALFONSI, 2008), ora no fornó eletrônico, como nas análises sobre o cenário cultural de novas bandas e artistas como Mastruz com Leite e Frank Aguiar, a gravadora Somzoom e a cadeia de rádios via satélite



SomzoomSat, (OLIVEIRA LIMA, 2005; PEDROZA, 2001), ambas sediadas na cidade de Fortaleza.

A ascensão do “fornó eletrônico” marca o que Carvalho identifica, no “final dos anos 80 ou início dos anos 90”, como “maturidade” da “Indústria Cultural cearense” (2007, p. 608). Em extenso artigo intitulado “Anotações para uma história cultural do Ceará”, o autor dedica breves considerações sobre o gênero musical:

As formações tradicionais, com sanfona, triângulo e zabumba, foram sendo substituídas por um equipamento pesado que faz a pancadaria, por vocalistas esganiçados (as), dançarinos e dançarinas, efeitos de luz, laser, néon, gelo seco, toda uma parafernália eletrônica que amplifica o que as pessoas querem dançar (...) Com as bandas surgiram casas de fornó, revistas, uma moda especial e a gravadora Somzoom, responsável pelo lançamento de discos e depois cd's. A gravadora trouxe uma emissora de rádio, transmitindo via satélite e sendo captada em todo o país. O sucesso foi estrondoso (CARVALHO, 2007, p. 608).

Esse período é pontuado pela incorporação de novas sonoridades no fornó, como o “vaneirão”, o início da difusão maciça de instrumentos eletrônicos e o surgimento de novos espaços de lazer, como casas noturnas e um circuito de festas tanto na capital cearense como no interior e nos estados vizinhos. Desponta na região uma expressiva cena musical<sup>3</sup> ancorada no fornó pop<sup>4</sup>, cuja dimensão passa a exigir, atualmente, novas perspectivas de investigação para uma análise do gênero no cenário das culturas urbanas do Nordeste e do Brasil contemporâneos.

## 2. O fornó pop: indústria cultural, gênero musical e identidades

Ao considerar o “fornó eletrônico” como “movimento” de “amadurecimento” de uma indústria cultural no Ceará, Carvalho ressalta suas características como “negócio”:

---

<sup>3</sup> Straw contextualiza, no interior dos debates sobre a música popular, a seguinte definição de cena musical: “espaço cultural em que uma diversidade de práticas musicais coexistem, interagindo em uma variedade de processos de diferenciação, e segundo trajetórias variáveis amplas de troca e auto-fertilização” (1991, p. 373). O conceito de cena emerge de uma contraposição a noções de “comunidade musical” como “grupo de pessoas cuja composição é relativamente estável – segundo uma ampla gama de variáveis sociológicas – e cujo envolvimento com a música toma a forma de um contínua exploração de um ou mais idiomas musicais ditos enraizados em um patrimônio histórico especificamente geográfico” (idem). O autor ressalta que mais relevante do que designar espaços culturais particulares por um termo ou outro é “examinar os modos em que práticas musicais particulares ‘trabalham’ para produzir um senso de comunidade nas condições das cenas musicais metropolitanas” (ibid). Para uma abordagem destes conceitos, cf. Sá (2007), que afirma: “Esta distinção não deve ser tomada de forma absoluta. Creio que sua utilidade se dá somente quando se tomamos comunidade e cena como estados momentâneos do processo de construção genérica, entendendo a oposição como uma tensão entre dois vetores opostos que atravessam e *mediam* os diversos processos de construção de gêneros musicais” (SÁ, 2007)

<sup>4</sup> O termo *fornó pop* é privilegiado em nossas análises como designação do gênero musical característico do fornó contemporâneo, buscando enfatizar a dimensão *pop*/popular deste universo cultural. “Fornó eletrônico” ou “fornó estilizado” são termos correntes que também designam o gênero, e neste contexto podem ser tratados basicamente como sinônimos.

Esse negócio do forró assumiu ares empresariais. Uma das primeiras bandas a se destacar foi a “Mastruz com Leite”, do empresário Emanuel Gurgel. A proposta inicial foi da “linha de montagem”, o empresário controlava um grupo de músicos e a banda não tinha cara, sendo formada pelos que estavam à mão, pelos que estavam disponíveis (...) Inegável que o negócio assumiu grandes proporções. Ampliou-se o mercado. As bandas passaram a ser contratadas para festas de municípios, micaretas, festas de padroeiros (as) (2007, p. 608).

É interessante perceber, na síntese da história cultural cearense proposta pelo autor, um olhar sobre o forró eletrônico que busca reconhecer sua importância no atual cenário do consumo e do lazer locais, mas questiona a “qualidade” do gênero musical emergente. Isso fica explícito em afirmações como “houve uma inegável perda da qualidade poética das letras e uma diluição melódica” (CARVALHO, 2007, p. 608) ou no seguinte trecho:

Pode-se recusar a fruição do forró eletrônico, mas nunca negar sua importância como opção ao lixo da música estrangeira que o rádio toca, ao mercado que ele abriu para os músicos, à opção de lazer para os de renda mais baixa e à reciclagem ou fusão de ritmos, levadas e sons que ele faz (CARVALHO, 2007, p. 609).

É pertinente a identificação, na atual cena do forró eletrônico, da configuração de uma “indústria cultural” específica no Ceará, uma vez que o uso desta expressão consegue sintetizar, em uma perspectiva crítica, a consolidação de um novo mercado de bens simbólicos relativamente hegemônico no estado, descrevendo uma vasta cadeia produtiva de negócios que engloba espaços de sociabilidade, produtoras e gravadoras musicais, programas de rádio e televisão e mesmo uma “cultura de celebridades” local que promove novos ídolos, fãs-clubes e o aparecimento de revistas especializadas centradas no gênero musical.

Merece crítica nesta análise, porém, a ênfase na distinção que enfatiza sua relevância como “mercado” em detrimento de uma “recusa à fruição” do gênero musical. Primeiro, por não deixar de reproduzir um viés “frankfurtiano” que contrapõe rigidamente “arte” (domínio da fruição) e “diversão” (lazer)<sup>5</sup>; segundo, porque a “fruição” é uma dimensão fundamental para compreender o forró como articulador de novas experiências nos espaços urbanos do Nordeste (e mesmo de locais específicos de

---

<sup>5</sup> Cf. HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. W. A indústria cultural – o Iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.



idades com uma forte presença de nordestinos como São Paulo e Rio de Janeiro), não restrito, por sua vez, ao público de “renda mais baixa”, como sugere o autor.

Como ponto de partida, analisar a emergência desta cena exige dois movimentos mais amplos: o surgimento de cenas culturais periféricas urbanas, estas associadas a uma reestruturação do mercado fonográfico nos anos recentes; e uma reflexão sobre a afirmação do forró pop como gênero musical.

Por cenas culturais periféricas, entenda-se o aparecimento, notadamente nesta primeira década do século XXI, de cenários musicais populares que põem em xeque ou recriam estratégias tradicionais do mercado fonográfico e da indústria musical, assumindo a posição de protagonistas nas opções de lazer e relações de sociabilidade nas grandes cidades brasileiras, como Fortaleza, Recife, Salvador ou Belém. Hermano Vianna (2003) sintetiza algumas dessas manifestações musicais, como o tecnobrega paraense, o arrocha baiano ou o vaneirão pop gaúcho, como “música paralela”. Para o antropólogo,

Há muito tempo, o estilo de consumo musical das periferias brasileiras vem se comportando de maneira totalmente diferente do padrão que as gravadoras aprenderam a controlar, e do qual sabem tirar seus lucros. Nos anos 80, eu já ficava impressionado com o fato de que nos bailes do funk carioca ninguém conseguia transformar o sucesso da pista de dança numa carreira artística estável, como a que fundamenta outros mercados do pop (2003).

O universo do forró pop no Ceará é caracterizado pela mobilização de milhares de adeptos, com um público majoritariamente (mas não exclusivamente) jovem e urbano<sup>6</sup>, com uma intensa produção cultural expressa na vendagem e circulação de milhares de discos (“oficiais” e “piratas”), o surgimento constante de novas bandas (ou a substituição de vocalistas ou músicos em bandas mais duradouras) e a configuração de diversos espaços como “clubes” noturnos e “casas de forró”. Universo afirmador de novas identidades/identificações e relações de consumo cultural em Fortaleza e outras cidades do interior do estado, as bandas de forró pop exploram novas vivências, referenciais simbólicos, conflitos e o cotidiano dos jovens locais.

Nesse sentido, é pertinente citar a investigação empreendida sobre o forró eletrônico por Trotta (2008), analisando a banda de maior sucesso do gênero atualmente, os Aviões do Forró. O autor contextualiza o forró eletrônico tanto no público das cidades do interior nordestino como nas capitais:

---

<sup>6</sup> Ângelo Rocalho, sócio da A3, a maior “empresa de entretenimento” do forró pop cearense, estima como grande público-alvo das bandas do gênero um público com perfil de 16 a 30 anos. Entrevista ao autor em 03 jul.2008.



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 (...) O jovem das capitais também se identifica e frequenta com assiduidade as apresentações de forró eletrônico, absorvendo elementos identitários e construindo estratégias de pertencimento através dos valores, pensamentos e perfil ideológico do forró (2008).

Isso pode ser constatado em uma análise do universo temático retratado em significativa parcela das letras das bandas de forró pop. São freqüentes as referências de “imaginários” construídos nos símbolos de consumo desse público (carros, equipamentos de som, bebidas alcoólicas), nas suas relações afetivas, ou no uso de expressões contemporâneas, como ilustram as canções “Sem Vergonha”, tocada pela banda Forró Real, e “Na balada”, gravada por Furacão do Forró:

***“Sem vergonha”***

*Quando ele chega a mulherada vibra*

*Quando ele dança a galera agita*

*Quando ele canta hei hei*

*Quando ele canta hei hei*

*Não perde uma parada ele ‘tá’ na mídia*

*Ele não tem fama, ele tem é o sucesso*

*Pode me chamar meu bem*

*Pode me chamar de nenê*

*Eu vou te fazer tão bem*

*Eu sou seu e de mais ninguém*

*‘Sem vergoin’ (4x)*

*Só anda de carrão tunado e rebaixado*

*O seu paredão é o pancadão*

*As gatinhas do lado e o som já tá trovando*

*O professor na mesa, a cachaça e o redbull*



**“Na Balada”**

*Quero viver na balada*

*Quero me divertir*

*Não dependo de homem*

*pra sair por aí (2X)*

*Sou uma garota que só anda arrumada*

*Seja onde for*

*Sou da balada*

*Whisky e redbull*

*Então uma gelada*

*Pode mandar*

*Que eu topo qualquer parada*

Ainda que uma análise mais detalhada destas letras escape aos limites propostos por este artigo, é possível perceber nestes exemplos alguns importantes referenciais do jovem consumidor do forró pop, aproximando-se do que Trotta identifica no trinômio “festa-amor-sexo” como um dos eixos centrais para esta identificação. Isso também é confirmado em depoimento do diretor musical, Carlinhos Aristides, da A3 Entretenimento, maior empresa do “ramo do entretenimento” da música local, ao afirmar que o diferencial dos Aviões do Forró como banda de “qualidade” estaria no investimento em músicas “românticas”. Fundamentalmente, Aristides atribui a ascensão do forró pop ao fato do gênero dialogar com um novo público: “Nossas músicas falam mais de amor, não do sertão como os forrós de antigamente, para fazer uma reciclagem do público, acompanhando as gerações e falando a mesma língua da galera.”<sup>7</sup>

Outra dimensão fundamental para uma investigação do forró pop é compreender estas identificações a partir da discussão do que Trotta define como “experiências sócio-musicais” (2008). O autor identifica, em uma acurada descrição do “som dos Aviões”, determinados “padrões de familiaridade sonora”, inseridos em um “projeto” para o qual foram realizadas determinadas ‘análises’ de público-alvo e de demanda”, o que confere certa “previsibilidade” à produção musical da banda.

A voz está sempre centralizada e os timbres graves do baixo e do bumbo da bateria recebem tratamento especial, imprimindo uma certa profundidade ao

---

<sup>7</sup> Entrevista ao autor em 03 jul. 2008.



som, características 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 (...) 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 e musicais 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 (TROTТА, 2008).

Esta previsibilidade, porém, é “produtiva” (em um sentido *foucaultiano*) ao possibilitar, como demonstra o autor, ao ouvinte do forró pop acionar uma “memória musical” que “desencadeia complexos processos de compartilhamento afetivo”, de partilha de uma “cultura auditiva” que expressa idéias, símbolos e valores que circundam a experiência musical” (idem).

Tal característica, por sua vez, não significa a inexistência de tensões no processo de criação musical na cena de forró pop. Isso fica evidenciado quando se está em jogo uma disputa pela legitimação do forró pop como gênero musical, envolvendo questões discursivas relevantes como *autenticidade*, *originalidade* e *tradição*.

Um exemplo destas tensões pode ser ilustrado a partir do seguinte debate instaurado no decorrer das festividades juninas do corrente ano, na cidade de Campina Grande (PB). O forrozeiro Dominginhos, artista recém-homenageado com um prêmio referencial da indústria musical brasileira (TIM Música), declarou em reportagem do portal das Organizações Globo, G1, sobre o forró eletrônico:

“Não dá pra dizer que aquilo é forró. Eles deveriam tentar se intitular (*sic*) de outra forma, porque aquilo não tem nada de forró. Não tem identidade. É uma grande mentira (...) É tudo muito apelativo e descartável. Eu critico a qualidade musical. As letras são péssimas e falam muita bobagem. É tudo anti-musical.”<sup>8</sup>

Cabe situar a figura de Dominginhos como um dos principais representantes do “forró pé-de-serra”, designação corrente para o forró “tradicional” vinculado a instrumentos como o zabumba, a sanfona e o triângulo. Este gênero é com frequência apresentado em contraposição ao “forró eletrônico/pop/estilizado” e muitas vezes é associado como o estilo de forró “autêntico” ou “original”. Neste caso, isso fica explícito tanto na incorporação dessa perspectiva pelo discurso jornalístico do repórter

---

<sup>8</sup> “Forró pop é descartável, diz Dominginhos”. Disponível em: <<http://colunas.g1.com.br/redacao/category/g1-no-sao-joao/>> Acesso em 09.jun.2008



“O sanfoneiro Dominginhos se apresentou, à 0h desta segunda-feira (9), no palco central do Parque do Povo, em Campina Grande (PB), e mostrou o *verdadeiro* [grifo meu] forró pé-de-serra para os mais de 60 mil espectadores”<sup>9</sup>) como na “reação” das bandas representantes do forró pop, como ilustra a cobertura: “O grupo Aviões do Forró afirma que não tirou a identidade do forró, apenas apostou em batidas diferentes. Os integrantes acreditam que este é o diferencial para o sucesso da banda, que está nas paradas de sucessos com a música ‘Chupa que é de uva’”<sup>10</sup>.

Esta disputa pela “autenticidade” dos distintos “estilos” do forró merece ser aprofundada como um dos pontos essenciais para uma compreensão da ascensão do forró pop na atual cena musical do Nordeste, em um contexto maior que exige necessariamente situá-lo, porém, no diálogo e na reapropriação de sonoridades historicamente estabelecidas; e da relevância do gênero em um processo mais amplo de construção de sentidos na música popular. Como destaca Frith, salientando tensões relevantes como arte e mercadoria, tradição e comercial:

No Ocidente, pelo menos, como as pessoas pensam a música popular é um efeito da industrialização da cultura no século XIX, e o uso da música como uma mercadoria. Estes desenvolvimentos históricos põem em jogo um conjunto de assunções sobre “alto” e “baixo”<sup>11</sup> e um modo de tornar lógica a experiência cultural através de discursos mutuamente definidos de arte, tradição popular e comércio. Nós ainda vivemos nestes discursos, e é impossível entender o que eles significam para valorar a música sem uma referência à bagagem ideológica que carregamos conosco (FRITH, 1996, p. 95).

Isso é evidenciado no forró pop, como ressaltamos anteriormente, tanto no diálogo com o forró tradicional como no seu próprio reconhecimento (ou reivindicação como estratégia de legitimação) anterior como “forró”, ao passo que é simultaneamente “rotulado” por uma designação específica, como revela com certa contradição a fala do produtor musical Carlinhos Aristides:

As bandas [*de forró pop*] fazem sucesso porque o forró não é só moda, é também algo de raiz, que sempre existiu no Ceará. Você pergunta se [*nossa música*] é forró? Veja, se um cantor toca com uma banda com zabumba e triângulo, mas com letras de hoje, é pé-de-serra? Então nossa música é forró, sim. É forró eletrônico? É elétrico? Eu ainda não achei um nome para definir.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> “Com sucesso nas paradas, grupos de forró defendem seus trabalhos”. Disponível em: <<http://colunas.g1.com.br/redacao/category/g1-no-sao-joao/>>. Acesso em: 09.jun.2008.

<sup>11</sup> “The high and the low”, no original.

<sup>12</sup> Entrevista ao autor em 03 jul. 2008.

### 3. Um modelo “multiperspectívico” para uma análise do forró pop

Se considerarmos, como sugere Felipe Trotta, a música como um “fenômeno comunicacional” (2008), o universo do forró pop (artistas, empresários, músicas, casas de shows, festas, programas de rádio e televisão) configura-se eminentemente como uma “cultura midiática” no sentido proposto por Douglas Kellner (2001), ou seja, uma cultura cuja investigação exige “estudos da origem e da produção de seus textos, da distribuição e da recepção destes pelo público e dos modos como os indivíduos os usam para produzir significados, discursos e identidades” (p. 142).

Kellner (2001) propõe aos estudos da mídia a aplicação de um modelo classificado como “estudo cultural multiperspectívico”, estruturado basicamente na combinação de três eixos analíticos: 1) Análise da produção e da economia política dos textos; 2) análise e interpretação textual e 3) análise da recepção por parte do público e de seu uso da cultura da mídia (p. 142).

Este modelo é valioso ao permitir uma aproximação metodológica do universo cultural do forró que abarque suas múltiplas instâncias e complexidades, as relações transversais que estruturam processos de produção, circulação, distribuição e consumo dos bens simbólicos. Uma análise do ponto 1, por exemplo, revela-se essencial para situar na cadeia produtiva do forró os papéis e as posições dos artistas, produtores, empresários de bandas, compositores, reprodutores autorizados e não-autorizados (como gravadoras de pequeno e médio porte, selos, equipes de som, camelôs). Uma leitura da economia política do forró pop revela-se importante não apenas para identificar os seus atores ou os contextos de produção dos bens culturais, mas as relações de poder entre esses atores e os graus de autonomia e dependência entre eles.

No caso do forró pop no Ceará, cuja capital, Fortaleza, é centro principal da cena musical do forró no estado e em toda a região Nordeste, é possível identificar uma realidade caracterizada pela emergência e renovação constante de um expressivo número de bandas e artistas, que alcançam o “mercado” mediante o uso de estratégias criativas (como o estímulo a uma “pirataria positiva” como forma de alcançar visibilidade, novas relações de troca entre artistas e pequenas gravadoras “caseiras” e equipes de som). Um cenário dinâmico, mas também reprodutor de um modelo ainda bastante dependente de práticas como o *jabá* e a “compra” de espaços nos principais programas de rádio e televisão e da figura de um empresário centralizador. Este, muitas



vezes, controla bandas de grande e médio porte, é proprietário de um circuito de casas de shows exclusivas para suas atrações, arrendatário de horários ou mesmo de toda a programação de emissoras de rádio de grande audiência e “dono” do “passe” de determinados artistas ou com vínculos estreitos com personalidades radiofônicas locais. Cabe ressaltar que muitas bandas também alcançam sucesso ou alavancam suas carreiras no interior do estado ou em outros estados do Nordeste por encontrar em Fortaleza um mercado relativamente fechado, dominado por algumas produtoras e agências de maior porte <sup>13</sup>.

O segundo ponto, a análise e a interpretação textual, é essencial para o entendimento das músicas e de suas temáticas, bem como das imagens e estilos celebrados nas indumentárias, ou seja, nas produções sonoras e imagéticas da cultura do forró pop.

Igualmente importante é investigar, no universo dos “textos”, os discursos elaborados nos programas de rádio (*Tô no forró*, *Só Forró*, *Forró do Bezerrão*, dentre tantos outros) e televisão (*Levanta Poeira*, *Forró Mundi*, *Canal Forró*) e nas publicações impressas endereçadas ao público do forró, como a Revista Forrozando, cujo slogan é “Quem é VIP está aqui” e Brasil Nordeste, “a revista da sociedade forrozeira”. Nesses canais (ainda que, importante ressaltar, não exclusivamente neles) também se constroem os ídolos do forró e uma “cultura de celebridades” que inclui notícias de bastidores, “fofocas”, cobertura de festas e eventos etc.

O terceiro tópico, ao enfatizar a recepção e os usos sociais dos textos, é um dos caminhos essenciais a ser percorrido para a elaboração de uma análise crítica do consumo cultural do forró pop. Acredito que uma aproximação com a antropologia enriqueceria essa trajetória. Uma etnografia dos espaços principais de sociabilidade do “mundo forrozeiro”, notadamente as festas e shows, a apropriação de técnicas como a observação participante e entrevistas estruturadas com os adeptos da cena, seus “relatos de vida” e “testemunhos” ajuda a compreender, em sua dimensão cotidiana, as relações entre o consumo e referências culturais e os processos de configuração, atualização ou re-elaboração das identidades e das identificações de seus consumidores.

Ao buscar uma apropriação dos “eixos” propostos Kellner, ressalto, porém, que estas etapas não podem ser aplicadas como instâncias metodológicas isoladas. O valor do modelo está na ênfase da articulação dessas análises. Uma investigação centrada

---

<sup>13</sup> As principais são A3 Entretenimento e AM Produções.



exclusivamente na leitura dos textos dimensiona apenas uma dimensão do circuito comunicacional. Nesse sentido, cabe a reflexão proposta por Johnson (2006) de que “o objeto último dos Estudos Culturais não é o texto em si, mas a ‘vida subjetiva das formas sociais’ em cada momento de sua circulação, incluindo suas corporificações textuais” (p.75). Do mesmo modo, pouco útil seria, ao investigar a recepção e o universo dos fãs do forró, uma “análise das falas dos receptores [onde] não há processo analítico e interpretativo dos discursos”, “sem a necessária articulação [das falas] com seu mundo simbólico e social” (JACKS, 2006, p. 44).

### **Considerações Finais**

A tentativa de esboçar um estudo crítico da cena cultural do forró pop tem menos um caráter de estabelecer análises definitivas do que delinear alguns percursos exploratórios para investigações subseqüentes de um universo em contínuo processo de estruturação e re-invenção. Ao situá-lo como eixo de uma “nova indústria cultural” no Ceará, e mesmo no Nordeste, percebe-se tanto a necessidade de entender sua centralidade no mercado local de bens simbólicos como estruturante – muitas vezes pautado em estratégias mercadológicas e de hegemonia que incorporam antigas práticas; outras, instauradoras de novas relações de produção, distribuição e consumo – de uma complexa rede que remete ainda a um processo em aberto de reconhecimento do forró pop como gênero e cultura legítimos. Se o forró pop assume uma posição indiscutivelmente importante na vida de uma boa parte dos jovens locais, é imperativo pensá-lo a partir de deslocamentos que evitem o risco de “essencializar” o gênero musical como um simples “reflexo” do Nordeste contemporâneo, de suas metrópoles e de seus novos símbolos. Reconhecê-lo como articulador de novas identidades (nas cidades nordestinas e no país, na medida em que também alcança uma audiência “diaspórica” periférica em metrópoles de outras regiões) é um passo relevante; incompleto, porém, se não atentar para as contradições, as diferenciações e os conflitos que falam tanto deste gênero como da região da qual o forró é ainda sinônimo de sonoridade.

### **Referências bibliográficas**

ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2001.



ALFONSI, D. A. Para todos os gostos: um estudo sobre classificações, bailes e circuitos de produção do forró. **Dissertação (Mestrado em Antropologia Social)**. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Universidade de São Paulo, 2008.

CARVALHO, F.G. C. Anotações para uma história cultural do Ceará. In: **Anuário do Ceará**, v. 2007, p. 567-610, 2007.

CEVA, R. A. Na batida da zabumba: uma análise antropológica do forró universitário. **Dissertação (Mestrado em Antropologia)**. Programa de Pós-Graduação em Antropologia. Museu Nacional/ UFRJ. Rio de Janeiro, 2002.

FRITH, S. **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. W. A indústria cultural – o Iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002

JACKS, N. *Recepção televisiva: o que dizem as pesquisas acadêmicas na década de 1990?* In: DUARTE, E. B. e CASTRO, M. L. D. (orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

JOHNSON, R. *O que é, afinal, Estudos Culturais?* In: SILVA, T. T. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

KELLNER, D. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

OLIVEIRA LIMA, M. E. de. Somzoom Sat: do local ao global. **Tese (Doutorado em Comunicação Social)**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, Nov. 2005.

PEDROZA, C. J. P. Mastruz com Leite for all, Folk--comunicação ou uma nova indústria cultural do Nordeste Brasileiro. Anais do 24. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo: Intercom, 2001

SÁ, S. M. A.P. Funk carioca: música eletrônica popular brasileira?! E-compós (Brasília), v.10, p. 3, 2007.



SANTOS, J. F. dos. **Luiz Gonzaga**: a música como expressão do Nordeste. São Paulo: Ibrasa, 2004.

SILVA, Leandro. **Forró no asfalto**: mercado e identidade sociocultural. São Paulo: Annablume, 2003.

STRAW, W. Systems of articulation, logics of change: communities and scenes in popular music. In: **Cultural Studies**, v. V, 1991.

TROTTA, F. C. O forró de Aviões. In: 17º Encontro Anual da Compôs. São Paulo. Compôs 17v. 1. p. 1-13, 2008.

VIANNA, L.C.R. **O rei do baião**: uma outra história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

VIANNA, H. **A música paralela**. Mais! Folha de S. Paulo. São Paulo, 12/10/2003.

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