Forró Eletrônico: Um olhar na produção cultural regional[1]

Maria Érica de **OLIVEIRA LIMA**[2]

Libny Silva **FREIRE**[3]

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO

Nos anos 90 nasce o forró eletrônico, gênero musical imbuído de dispositivos midiáticos, que utiliza elementos como *perfomance*, erotismo, alta tecnologia e linguagem própria, para que seu produto – música – seja consumido. Traçaremos neste artigo elementos históricos do forró eletrônico e suas principais características, se diferenciando do forró tradicional. Por meio da pesquisa qualitativa, técnicas bibliográfica e documental, concluímos que o gênero forró eletrônico não só consolida uma indústria cultural regional, como nos aponta para uma evolução da música-mercadoria ou apenas hibridização de ritmos.

Palavras-chave: Mídia; Música; Forró eletrônico; Indústria fonográfica; Folkcomunicação.

Introdução

A origem da palavra forró, etimologicamente, apresenta duas versões: o termo vem da expressão *for all*, que significa "para todos". Segundo Silva (2003) os ingleses ofereciam festas para os operários que trabalhavam na construção das estradas de ferro no Nordeste e a expressão significava um convite aberto a todos que quisessem participar. A segunda vem da palavra "forrobodó", utilizada para se referir a um baile comum, sem etiqueta. Com o tempo, por ser mais fácil de pronunciar, ela teria sido abreviada para "forró". Ainda segundo o pesquisador Leandro Expedito Silva (2003), em seu livro *Forró no Asfalto*, existe também certo preconceito entre aqueles que se

[1] Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da UFRN. Vice-presidente da Rede de Pesquisadores Folkcomunicação. E-mail: mariaerica@cchla.ufrn.br

[3] Formada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) na UFRN. E-mail: libnyrn@gmail.com

referem "tendenciosamente ao termo forrobodó como sinônimo de festa marginal e ordinária, dando a entender que o povo não sabe se divertir e é desunido, portanto, 'não tem cultura'.

A palavra e o gênero musical forró remetem não apenas ao período de construção de ferrovias, mas também ao lazer dos nordestinos, pois muitos moram em grandes cidades e, portanto, poderiam encontrar com os amigos e matar a saudade da terra natal. O forró é elemento fundamental na identidade do nordestino migrante. Em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, o forró está sempre presente como símbolo dessa comunidade.

Diversas representações do forró surgiram nos anos de 1990, com a utilização da sanfona e temas relacionados ao Nordeste, mas por serem de estilos variados, ganharam quatro denominações diferentes. São elas: forró confirmado, elétrico, pé de serra e universitário. O forró confirmado caracteriza-se por produzir movimentos mais lentos, aproximados da MPB, inclusive, os músicos tocam outros gêneros musicais. O forró pé de serra é aquele que mais se aproxima do estilo executado por Luiz Gonzaga, pois suas apresentações são acompanhadas de trio forrozeiro, que usam os instrumentos de base ao estilo, que são a sanfona, o triângulo e a zabumba. Surgido na mesma época do forró pé de serra, o forró universitário é geralmente tocado por jovens e produzido para um público urbano, aproxima-se de outro estilo musical, o *reggae*, enquanto que o forró eletrônico – o termo elétrico é menos utilizado – se apropria de instrumentos musicais como guitarra e contra-baixo, substituindo a sanfona (CHIANCA, 2006).

Em nossa reflexão, nos deteremos no forró tradicional e no gênero eletrônico. Silva (2003, p.17) nos dá os conceitos:

> Forró tradicional – Surgido em meados da década de 1940. Caracteriza-se pela criação artística do universo do homem sertanejo. Apesar de compartilharem de um universo cultural comum, seus principais artistas se diferenciam social e historicamente. Atualmente não tem tido muito destaque na mídia por serem reconhecidos como produtores de grandes sucessos, isto é, com forte retorno comercial.
> Forró eletrônico - A partir do início da década de 1990. 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.

O forró, dito tradicional, teve como precursor Luiz Gonzaga. O pernambucano, nascido em Exu, iniciou sua carreira musical tocando em bares e calçadas na zona

portuária do Rio de Janeiro. Após um período, percebeu que havia um espaço na indústria fonográfica brasileira para a música regional e passou a usar a indumentária do homem sertanejo, cantando e tocando em festas e rádios pelo Brasil. O rádio que foi muito significativo na consolidação da indústria fonográfica e cultural, representou nas décadas de cinqüenta e sessenta do século passado o veículo que permitiu a música de Luiz Gonzaga participar do cotidiano e da diversão do nordestino. Afinal, o rádio integrou-se na vida das pessoas como uma presença marcante e constante.

O ritmo, originado do trio zabumba, sanfona e triângulo, chegava aos nordestinos migrantes como uma lembrança da terra natal. Esses elementos identitários, como a vestimenta, linguajar e ritmo explicam o sucesso do forró no sudeste do país, primeiramente entre os migrantes, pois a classe média não aceitava a música de Gonzaga e criticava o sotaque, e por isso, inicialmente suas canções foram interpretadas por outros músicos. Após um período, em turnê pelo Nordeste, Gonzaga passou a ser reconhecido nacionalmente, em parceria com Humberto Teixeira, lançou ritmos como o *xamego* e *baião* e posteriormente, o forró. Tornou-se o "Rei do Baião" (SILVA, 2003).

Hoje, há diversas críticas dos adeptos do forró tradicional em relação ao eletrônico, entretanto, ambos estão imbuídos de estratégias mercadológicas, tanto a vestimenta de Luiz Gonzaga, as letras que retratavam o Nordeste romântico, idílico, seco, etc, quanto às dançarinas do forró eletrônico que foram colocadas para gerar experiências com a música, formar identidades, remeter à cultura, e claro, manter o seu público. Serão essas diferenças no discurso das letras musicais e na estrutura de cada gênero que buscaremos traçar.

Da indústria fonográfica à cultural

O Brasil é um país de tradição musical, diversidade de ritmos, riqueza e pluralidade de gêneros musicais. Ainda possui uma rica expressividade de música popular e instrumental, tudo agregado, de certo modo, a uma indústria que teve forte expansão nas décadas cinqüenta, sessenta; setor esse, fonográfico, citado por Ortiz (prefácio, 2000, p.12) como sendo uma das atividades mais expressivas do movimento de transnacionalização no país. Com as novas conquistas tecnológicas houve uma grande diversificação da produção. Hoje, Ortiz (prefácio, 2000, p.13) aponta que com um pequeno estúdio, com mínimos recursos técnicos, é capaz de se produzir um CD. Isso percebemos, por exemplo, nas empresas regionais de CDs no Nordeste do Brasil. Porém, Ortiz (prefácio, 2000, p.13) esclarece que não podemos esquecer da política de difusão, que implicou em acesso à televisão, ao rádio, às revistas e aos jornais, assim como um investimento importante em propaganda e *marketing*.

Comprovamos que no final do século XX nunca foram tão fortes a atuação e influência dos meios de comunicação de massa, que ampliou, consideravelmente, suas estratégias. Assim como o capitalismo que também mudou, agregando novas formas complexas, sofisticadas ao seu desenvolvimento. Portanto, se a padronização dos produtos culturais não são mais tão evidentes, se as técnicas de produção estabelecem uma maior participação de número de atores e agentes no cenário global, e ainda, se o consumo não é mais verticalizado, isso significa que possamos concluir como aponta Dias (2000, p.19): "tais mudanças definem a fragilização e o enfraquecimento dos processos 'controlados e controladores', sofisticadamente administrados e previsíveis, que sempre caracterizaram a atuação da indústria cultural".

Toda esta lógica acima nos remete ao fato das culturas terem contatos, no sistema de relação de troca umas com as outras. Porém, a questão histórica que surgiu a partir do momento em que as revoluções industriais determinaram e dotaram nos países "desenvolvidos" como sendo máquinas para fabricar produtos culturais e meios de difusão de grande potência, creditamos a esses países o poder de jogar ao mundo inteiro, e em massa, os elementos de sua própria cultura ou da cultura dos outros como sendo um produto. A indústria aparece como sendo uma cultura entre outras, mas uma cultura cujo regime é novo.

Neste sentido, concordamos quando Warnier (2000, p. 28) define as indústrias culturais como sendo atividades industriais que produzem e comercializam discursos, sons, imagens, artes, "e qualquer outra capacidade ou hábito adquirido pelo homem

enquanto membro da sociedade", e que possuem, em diversos momentos, características da cultura.

Assim explicamos que meios como televisão, reprodutores musicais, cinema, computadores, tornaram-se, de certa maneira, elementos básicos da nossa vida cotidiana e social, inclusive, adquirindo conceito de "produtos de primeira necessidade", e não somente de entretenimento e lazer. A definição das indústrias culturais cerca um ramo de atividade das sociedades chamadas de "modernas e industriais". Porém, o senso comum não tem o hábito de incluir as indústrias de alimentação, de vestuário, de móveis, de brinquedos, de religião, como também produtos de bens culturais. De fato, quando passamos uma fronteira alimentar ou vestimentar forte, sabemos que estamos passando uma fronteira cultural.

Para Jean-Pierre Warnier (2000) a indústria como cultura é um fenômeno recente na história humana: de fato, ela só passou para o primeiro plano nos últimos cinqüenta anos. "Ao longo de sua história, a humanidade passou de uma situação em que as culturas singulares ocupavam o campo da vida em sociedade em toda sua extensão à situação atual, em que elas devem contar com a globalização dos fluxos de mercadorias industriais" (p.28).

Retomando a argumentação da indústria cultural é sabido que a vida cultural, agora sendo indústria, herdou a produção em série; a padronização; a repetição; a pseudo-individualização. Tomamos como exemplo o forró eletrônico que depois de evoluído, dentro de uma perspectiva de novos instrumentos e difusão pela mídia, são produzidos em série, padronizados numa linguagem e ritmos pré-estabelecidos pelas estratégias, repetidos ao gosto do público-consumidor. Contando com a técnica, as manifestações culturais passam pelo centro do processo e vão ser operadas por grandes conglomerados. No nosso exemplo, o do forró eletrônico, são operados por grupos de mídia regionais que vão desde à fonografia, à discografia, ao rádio via satélite, à loja de CDs e DVDs, aos *shows* das bandas, ou seja, produtos e subprodutos. E todos os meandros dessa relação são vistos com muita naturalidade.

Em relação à compreensão da ação desses efeitos, Silverstone (2005) declara que é preciso "explorar o oculto e o inexprimível no desejo como uma maneira de conectar as pessoas, suas paixões e preferências midiáticas".

Já, em relação às estratégias de Luiz Gonzaga, Lima (2010 p.142) afirma

> Essa postura de Luiz Gonzaga como senhor do mercado cultural permitiu uma maior aproximação da indústria cultural e da mídia do eixo Rio-São Paulo com

> a cultura popular nordestina. Houve o "despertar" por parte da indústria. Com isso, a música regional vai permitir a inclusão de novos artistas.

Portanto, a música carrega diversos sentidos, variando de indivíduo para indivíduo, tornando-se responsável pela formação da identidade e cultura de uma sociedade, grupo ou tribo, em diversos aspectos.

Analisando essa função da música, percebemos – nos anos 60 – o nascimento da indústria fonográfica, um conjunto de empresas voltadas para produção, gravação e difusão de mídia sonora, através de diversos formatos, também organizam a realização de shows e programação de turnês.

Durante essas décadas, o setor fonográfico cresceu, estabelecendo uma mediação entre o artista e o público. Essa relação foi afetada a partir dos anos 90, com as inovações tecnológicas no campo da comunicação, como o nascimento da internet, alterando as formas de produção, difusão de informações, relações emissor-receptor, inclusive na cena musical.

Essas inovações iniciaram uma crise na indústria fonográfica, pois ela não detinha mais o controle sobre o consumo musical, sua produção e difusão. Munidas de aparato tecnológico, surgiram gravadoras independentes, em seus estúdios caseiros, pirataria através da internet[4], download de arquivos sonoros, inclusive via celular, despertando a polêmica sobre direitos autorais e os processos judiciais que ele origina.

Todos esses fatores colaboram para uma perda da exclusividade da indústria com seu público consumidor, incitando a necessidade de novos formatos, estratégias e práticas. Entendemos a crise como o estopim para um novo posicionamento dessa indústria para com seu público, trata-se se uma reestruturação dos padrões de apresentação, difusão e consumo de música nos dias atuais.

A partir desse panorama, observamos uma nova postura da indústria fonográfica, a fim de lidar com a democratização dos meios de comunicação e sua crescente perda de território comercial, transformando a música e seus modos de difusão em uma *música popular massiva*, conforme nos apresenta Janotti Jr. (2006, p2):

> [...] em termos midiáticos, pode-se relacionar a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da Indústria Fonográfica, os suportes

[4] A pirataria sempre existiu. Após o lançamento dos LP's, era comum encontrar fitas cassetes com o conteúdo do disco original sendo comercializadas por vendedores ambulantes, a preços inferiores. O advento da internet, apenas mudou a forma de *piratear*, através dos chamados *downloads.*

de circulação das canções e os diferentes modos de execução e audição relacionados a essa estrutura.

O termo *indústria cultural* criado por Adorno (1997) designa o processo de industrialização pelo qual passa as produções artísticas e culturais, inseridas no modelo capitalista de produção, que são lançadas no mercado, negociadas e vendidas, como uma mercadoria qualquer de consumo, provocando uma padronização nessas obras e manifestações culturais.

Em nosso contexto, podemos entender a *indústria cultural*, não apenas como influenciadora do consumo, mas também como sendo a relação, mediada pelas novas tecnologias, do produto com o consumidor, numa sociedade, tipicamente, de massa.

A música de forró tem sua temática ligada aos aspectos culturais e cotidianos do nordeste. O forró eletrônico trouxe mudanças, no que diz respeito à composição das letras de suas músicas e apresentações de shows. Assim como Luiz Gonzaga cantava o amor e o sertão, temáticas, essencialmente, nordestinas, o forró eletrônico tem sua linguagem própria, vestimentas e estilo de dança, ambos influenciados pela demanda do mercado fonográfico.

O forró eletrônico, considerado um subgênero do forró, surgiu devido a esse novo território da indústria fonográfica, onde variadas transformações ocorreram, principalmente no que diz respeito à produção e distribuição da música.

Através do cearense Emanoel Gurgel, nasceu a *Somzoom Sat*, uma emissora de rádio via satélite, responsável por lançar a primeira banda de forró eletrônico, a Banda *Mastruz com Leite*. A *Somzom Sat* envolve um conjunto de outras empresas no mesmo segmento, indo do rádio via satélite ao entretenimento, como disco, selo fonográfico, bandas de forró e casas de *shows* e estúdio de gravação, tendo, porém como segmento de maior sucesso as bandas de forró.

A rede utiliza algumas técnicas no combate à pirataria, intensificada a partir da chegada do CD (*Compact Disc*), onde cópias são vendidas a um custo menor. Uma das estratégias de combate, observada no Norte-Nordeste, é a produção e venda do CD pelo mesmo indivíduo, ou seja, ele é proprietário da fábrica e da loja que o revende. Temos o exemplo da *CD+*, marca registrada da *Nordeste Digital Line S/A*, com sede no município de Caucaia (CE) e filial na Zona Franca de Manaus (AM), umas das mais modernas indústrias do Brasil, é responsável por descentralizar a fabricação dos CDs,

anteriormente concentrada em cidades como São Paulo e Belo Horizonte. A empresa atua ainda nos setores de informática, com provedores de acesso à internet.

Por fim, o caminho que vai sendo traçado pelas mercadorias musicais na sociedade contemporânea não pode ser compreendido apenas de maneira técnica. Os produtos culturais, a produção discográfica das bandas de forró, e todo o processo que vai desde a concepção ao produto final, no *marketing*-divulgação, passa por uma estrutura que permeia a tecnologia, o rádio via satélite – transmissão em rede – a fonografia, a discografia, e demais estratégias da indústria do entretenimento, visando, ao nosso ver, uma complexidade que envolve cultura, valorização das manifestações culturais, produto, divulgação, distribuição, consumo.

Os discursos do *for all*

Tomar a palavra é um ato dentro das relações de um grupo social e a música está incluída neste ato. A música negocia significados, usando de duplo sentido, sexualidade e estereótipos, apresentando-se na sociedade, ao longo da história, como um dos elementos responsáveis pela expressão cultural (LIMA, 2010).

Podemos observar a cultura como o conjunto de textos produzidos pelo homem, não apenas o texto escrito ou o falado, mas, como afirma Baitello Jr. (1999, p. 30)

> Deve-se assim entender por "textos da cultura" não apenas aquelas construções da linguagem verbal, mas também imagens, mitos, rituais, jogos, gestos, cantos, ritmos, performances, danças, etc.

Entendemos que, numa sociedade de massa, não se pode estudar comunicação sem a análise do relacionamento da mídia com a cultura popular, pois elas estão ligadas.

Utilizamos o conceito de *folkcomunicação*, criado na década de 1960, pelo Prof. Dr. Luiz Beltrão, para designar as manifestações de apropriação da cultura popular, nesse caso, as estratégias utilizadas pela indústria fonográfica, que utilizam a linguagem, o cotidiano, o gestual, o vestuário e as posições socioeconômicas e culturais do público, entre outros elementos, a fim de buscar identificação para com o produto oferecido.

Podemos observar esses elementos nas letras abaixo, uma é *Asa Branca*, composta em 1947 e *Agora eu sou estouro*, com lançamento em 2010.

Asa Branca[5]
Composição: Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira
Quando oiei a terra ardendo
Qual a fogueira de São João
Eu preguntei a Deus do céu,ai
Por que tamanha judiação

Que braseiro, que fornaia
Nem um pé de prantação
Por farta d'água perdi meu gado
Morreu de sede meu alazão

Inté mesmo a asa branca
Bateu asas do sertão
"Intonce" eu disse adeus Rosinha
Guarda contigo meu coração

Hoje longe muitas légua
Numa triste solidão
Espero a chuva cair de novo
Pra mim vortar pro meu sertão

Quando o verde dos teus óio
Se espanhar na prantação
Eu te asseguro não chore não, viu
Que eu vortarei, viu
Meu coração

Agora eu sou estouro[6]
Composição: Autor Desconhecido
Comprei um paredão e um cordão de ouro
Agora eu sou estouro
Agora eu sou estouro

Só wiskhy caro e perfume francês
Agora é minha vez
Agora é minha vez
Tunei o meu caro com aro 19
Comigo ninguém pode
Comigo ninguém pode

Só pego a elite fazendo desmantelo
Se é pra farrear eu tô gastando o meu dinheiro
Chalala lala, chalala lala
Quando eu chego na balada
Eu boto logo é pra lascar

Chalala lala, chalala lala
Toca Avião no paredão
Que é pra galera balançar (2x)

A canção de Luiz Gonzaga nos remete ao universo rural, o discurso é a fala do sertanejo, se referindo as festas juninas, a terra castigada pela seca, a montaria morta

[5] Disponível em http://letras.terra.com.br/luiz-gonzaga/47081/. Acesso em 23 nov. 2010.

[6] Disponível em http://letras.terra.com.br/avioes-do-forro/1659933/ . Acesso em 23 nov. 2010.

pela falta d'água e ao amor romântico por Rosinha, que espera a volta do amado, assim que a chuva voltar a cair. Não há a presença de trocadilhos ou expressões eróticas, deferindo-se do gênero eletrônico, onde as músicas, com conteúdo romântico, quando executadas, são acompanhadas por falas, suspiros, gritos e movimentos com teor sexual, a melodia e o timbre registram o discurso, que geralmente é acompanhado de um teor erótico (TROTTA 2009 p. 3). É um migrante nordestino, que conta a sua história, que pode ser a de muitos outros.

Observamos na segunda composição o discurso de status e de prestígio, a partir da ideia que *paredão* – sistema de som automotivo potente – e *cordão de ouro* – jóias – sejam marcas de uma pessoa com boa posição socioeconômica, por serem objetos de alto valor aquisitivo, assim como o uso de perfume francês e a ingestão de whisky, notadamente mais caros e característicos da classe média. Ao expressar *Agora é minha vez* e *Agora eu sou estouro* denota que essa posição social foi alcançada, ou seja, ascendida e o *estouro* seria o sucesso. Ao sentenciar *Comigo ninguém pode* temos a fala de alguém que estava em outra classe social, e agora, galgou para uma mais elevada e por isso tem mais regalias, luxos, carro *tunado* e consumo diferenciado e denota também um discurso de superioridade − *Só pego a elite, fazendo desmantelo.*

Existem diversos elementos que compõem as canções, algumas podem vir carregadas de erotismo, de brincadeiras ou de amor romântico. O que podemos notar é que alguns elementos estão mais presentes em alguns gêneros, possibilitando as classificações.

No forró eletrônico observamos o erotismo não apenas no sentido do apelo sexual, através das letras das canções e dançarinas, mas também pela sensação de prazer que é transmitida ao público, através do olhar, da experiência em si.

Outro elemento presente é a brincadeira, sobre a qual Silverstone (2005. P.119) declara

> A cultura popular, portanto, sempre foi brincalhona. Ela pegou a regulação séria e muitas vezes opressora da condução da vida cotidiana, a regulação do Estado, pela religião ou pela comunidade, e a pôs de ponta-cabeça: o carnaval, os bacanais, o charivari. Os senhores da desordem governavam as fissuras no dominante, oferecendo ao oprimido rotineirizado a licença momentânea de brincadeira e exibição públicas. Em tais momentos e em tais espaços, expressos e marcados física e simbolicamente por limiares dentro da experiência, os indivíduos e grupos podiam suspender as regularidades do diário, encontrar prazer e, de uma maneira transcendente, brincar com as categorias e conceitos do mundo sobre os quais eles, de outro modo, não tinham nenhuma influência.

Aliada a isso estão a *performance* das bandas, que referem-se a posturas e atitudes, envolvendo toda a questão da espetacularização nos shows, o uso das tecnologias para atrair público, como telões e gelo seco. Quando falamos no consumo como elemento de identificação do gênero, estamos analisando o consumo da música como produto, os CDs, os shows e downloads.

O forró, tanto eletrônico quanto os demais gêneros, trabalham o senso de pertencimento, a ideia de identidade, utilizam signos da cultura, de grupos que pretendem alcançar ou manter, dando a ideia de comunidade.

Considerações finais

A música é uma multiplicidade de discursos, que aliados à perfomance, *marketing* e alta tecnologia penetram em diversos grupos e culturas. Entendemos que a música não apresenta o mesmo significado para todos que a escutam. Cada ouvinte usará sua imaginação, seus valores familiares, suas lembranças, crenças e emotividades para dar a ela uma interpretação, um significado. Por isso, ela terá vários efeitos em comunidades variadas, por serem de raízes culturais diferentes.

O lugar que um indivíduo ocupa socialmente determina a leitura que ele faz da música, podendo gerar sentidos diversos. Não pretendemos entrar na questão frankfurtiana − música boa e ruim – entendemos que essas questões estão ligadas também às classes sociais, como por exemplo, o indivíduo de classe média alta não compra roupas em lojas populares, porque seu poder aquisitivo difere do poder aquisitivo dos consumidores destas lojas, e ele usando as mesmas roupas, está dizendo "somos iguais". Com o samba e as gafieiras, ocorria o mesmo, a classe média brasileira preferia bossa nova, "música de intelectuais".

Um fenômeno interessante ocorreu com lançamento do filme *Lisbela e o prisioneiro*, onde a música, tema dos protagonistas, era cantada por Caetano Veloso. A canção era *Você não me ensinou a te esquecer* do Fernando Mendes, conhecido cantor do gênero dito brega, entretanto, na voz de Caetano Veloso ela passar a ser considerada *cult*, e por isso, aceita nas demais camadas sociais.

Pesquisando sobre forró eletrônico, observamos muitas críticas em relação à valorização da traição conjugal, apologia ao alcoolismo e desvalorização da mulher.

Pode ser percebida, recentemente, uma nova "onda" pelo chamado "Forró das Antiga"[7], que são shows das bandas pioneiras no gênero, como *Mastruz com Leite*, *Cavalo de Pau* e *Brasas do Forró*.

Em relação às músicas é necessário identificar a condição de produção – em que contexto foi produzido o discurso − e perceber como essas composições estão sendo exploradas pelo forró eletrônico, e num contexto midiático, observar como os significados estão sendo produzidos na sociedade e refletindo quais as significações possíveis que se encontram nesses discursos.

Referências

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Jorge Mattos Brito de Almeida (Org.). Trad. Julia Elisabeth Levy et al. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

BAITELLO JR, Norval. **O animal que parou os relógios:** ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999.

BELTRÃO, Luiz**. Folkcomunicação:** teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. 1954. 6. ed. São Paulo: EDUSP; Belo Horizonte: Itataia, 1988.'"

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Trad. Angela S. M.Corrêa. São Paulo: Contexto, 2007.

CHIANCA, Luciana de Oliveira**. A festa do interior:** São João, migração e nostalgia em Natal no século XX. Natal: Editora da UFRN, 2006.

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

JANOTTI JR, Jeder: Por uma análise midiática da música popular massiva. Uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. **UNIrevista** - Vol. 1, n° 3 : (julho 2006).

LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Mídia Regional:** Indústria, Mercado e Cultura. Natal,RN: EDUFRN – Editora da UFRN, 2010.

MAZIÈRE, Francine. **A análise do discurso:** história e práticas. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2007.

MORIN, Edgar**. O método 4.** As idéias. Habitat, vida, costumes, organização. Trad. Juremir Camargo. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

[7] Encontramos o termo grafado desta maneira, com a palavra "antiga" no singular. Fizemos várias buscas na internet e em anúncios de shows.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento:** as formas do discurso. 4ª ed. Campinas/ SP: Pontes, 1996.

ORTIZ, Renato. Prefácio. In: DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz**: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Bomtempo, 2000.

SILVERSTONE, Roger**. Por que estudar a mídia?** Trad. Milton Camargo Mota. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

SILVA, Edison Delmiro: **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira**. Disponível em http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP6SILVA.pdf. Acesso em: 18 abr.2010.

SILVA, Expedito Leandro. **Forró no Asfalto**. São Paulo: Annablume, 2003.

QUADROS JUNIOR, Antonio Carlos de; VOLP, Catia Mary. **Forró Universitário:** a tradução do forró nordestino no sudeste brasileiro. *Motriz*, Rio Claro, v. 11, n. 2, p. 127-130, maio/ago. 2005.

TROTTA, Felipe. **Música Popular, Moral e Sexualidade:** Reflexões sobre o forró contemporâneo. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Mídia e Entretenimento" do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte/MG, em junho de 2009.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru/SP: Edusc, 2000.