

Título: Ampliação da experiência ante às estratégias promocionais: um estudo de caso da apropriação tecnológica realizada pelas bandas de forró

Autor(es) Cândia Maria Nobre de Almeida Moraes*

E-mail para contato: candidanobre@gmail.com

IES: ESTÁCIO PARAÍBA / Paraíba

Palavra(s) Chave(s): forró; apropriação tecnológica; experiência

RESUMO

Desde os anos 1990, o forró sofre uma reconfiguração quanto à aproximação a elementos estéticos vinculados ao contexto urbano, antes pouco explorado pelo forró pé-de-serra. Inicialmente porta-voz de um Nordeste rural, o que se vê com o forró eletrônico é a reafirmação de uma região que, apesar de manter a sua relação com o universo simbólico de origem, apresenta novos elementos que devem ser considerados. A tecnologia espalha-se assim, como recurso essencial para construção desse “novo forró”, com um semblante mais “estilizado e progressista” (TROTТА, 2009). A ideia de “progresso” consiste na aproximação do ritmo com referentes da cultura pop que vão desde a utilização de hits internacionais que ganham versões em ritmo de forró até à composição de palco, com iluminação, performances e um corpo de balé que, se por um lado distancia-se do forró tradicional, por outro aproxima-se do repertório estético do público. Este, por sua vez, é composto por jovens e com inclinações a consumir o forró não mais somente como um gênero musical, mas como um evento capaz de promover experiências que são relatadas nas próprias músicas (TROTТА, 2009), em uma espécie de metalinguagem onde show e música se explicam e dialogam. Chama atenção ao desenvolvimento desta pesquisa as estratégias utilizadas para a ampliação da experiência nos shows e como os recursos disponíveis pelas redes digitais contribuem para o processo. Não raro, shows completos são gravados e distribuídos de forma gratuita, tanto em mídias como CD ou DVD até plataformas como YouTube, além de serem disponibilizados também para download. Há ainda a possibilidade de escolher entre a experiência de ouvir apenas o áudio ou assistir ao show completo e é bastante comum encontrar estes produtos com vendedores ambulantes de produtos piratas nas ruas da cidade. No sistema produtivo do forró, são os shows as maiores fontes de lucro, logo, quanto mais popular estiver o seu repertório, maior será a agenda em diversas cidades. O esquema é similar ao descrito por Anderson (2009) quando ele retoma os estudos de Lemos e Castro (2008) sobre o tecnobrega. Conforme explica o assessor de comunicação e entretenimento Allyson Bernardo (2014), além da distribuição de CDs promocionais e disponibilização de links para download completo dos últimos shows, as bandas tem apostado em um novo tipo de “corpo a corpo”: vans são equipadas com som e adesivos de divulgação da banda e circulam em uma determinada região. Por exemplo, para a Van na porta de um show qualquer, abre as portas do fundo e coloca um “semiparedão” pra tocar o novo CD promocional da banda ou, até mesmo, o novo DVD. A banda Encantus, que é daqui de Jampa [João Pessoa-PB], lançou o projeto deles recentemente, o Encantus Móvel. Essa equipe de divulgação também vai a cidades onde as bandas vão tocar com alguma antecedência. A proposta da pesquisa é analisar a estratégia promocional da banda Encantus quanto à distribuição de seu trabalho nas mídias online e offline. Para o desenvolvimento da análise, os autores tomaram por base três universos teóricos: [1] formação da cultura e identidade nordestina e o papel do forró neste processo (TROTТА, 2009; 2008, ALBUQUERQUE JR., 1999), [2] tecnocultura e processos de cópia e difusão de produtos culturais (MORAES, 2010, LEMOS, 2007, BENJAMIN, 1990, LEMOS E CASTRO, 2009, ANDERSON, 2009) e [3] análise do estudo de caso proposto, tendo por base a performance da banda Encantus na web e entrevistas semi-estruturadas com produtores. Conclui-se que os desafios da informalidade e a possibilidade de autonomia diante da apropriação tecnológica foram capazes de fazer emergir um novo modelo para além da indústria fonográfica. Esta foi intimada a estabelecer mudanças para abarcar as novas formas de escuta do público. O que aconteceu no caso da indústria do forró eletrônico é que esta nasce parte de uma sociedade fragmentada e sujeita à compreensão do consumo da performance e da música em si, livre dos formatos padrão (vinil, CD, ou K7).