



GABY AMARANTOS E O MERCADO FONOGRÁFICO CONTEMPORÂNEO NO BRASIL: UMA NOVA FORMAÇÃO CULTURAL

Frederico de Mello Brandão Tavares*

Lorena Cristine Silva**

Thiago Guimarães Araújo***

RESUMO: O estudo aqui proposto pergunta sobre as novas formas de produção musical engendradas pelos usos e acessos às tecnologias e suas relações com a emergência de mercados independentes, reorganizando padrões e lógicas de produção cultural da mídia hegemônica. A pesquisa relatada tem como foco a trajetória da cantora Gaby Amarantos, questionando, a partir de sua inserção na mídia brasileira e dos discursos aí construídos – do momento de suas primeiras inserções nacionais (2010) ao auge de sua exposição (2012) –, como artistas utilizam-se de novas mídias para divulgação de seus trabalhos e de que modo, ao fazê-lo, dão a ver uma nova forma de consumo e produção musicais.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia-tização; Mercado Fonográfico; Gaby Amarantos.

ABSTRACT: The study asks about the new forms of musical production sired by the use and access to technology and its relationship to the emergence of independent markets, reorganizing patterns and logical of cultural production by the hegemonic media. The research reported focuses on the trajectory of the singer Gaby Amarantos, questioning, from its insertion in the Brazilian media and discourses built there – since the moment of their first national insertions (2010) to the height of her exhibition (2012) –, how artists make use of new types of media to disseminate their work and how, in doing so, provide visibility a new way of consuming and producing music.

KEYWORDS: Mediatization; Phonographic Market; Gaby Amarantos.

* Professor Adjunto da Universidade Federal de Ouro Preto. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

** Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Ouro Preto.

*** Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Ouro Preto.

1. Introdução

Tomando-se como base a configuração do cenário musical, em que certos mecanismos contribuem para que artistas saiam do anonimato e se tornem pessoas públicas, este artigo pretende discutir sobre as articulações contemporâneas que configuram a possibilidade de tal ascensão. A pesquisa toma como referência um contexto no qual as tecnologias possibilitam uma maior circulação de conteúdos e uma consequente aproximação entre produtores e receptores, acarretando em uma reorganização espacial, na qual as fronteiras geográficas são suprimidas por uma rede de interconexões culturais, econômicas e sociais. Mais que isso, tem-se como horizonte de investigação, as maneiras como, hoje, o universo da produção cultural encontra-se modificado, reestruturado a partir de novas tensões e arranjos decorridos de um cenário onde papéis sociais e institucionais, antes muito demarcados, configuram-se de maneira cada vez mais fluida e entrecruzada. Volta-se para os diálogos e as formas de apreensão desse processo pela chamada mídia hegemônica, observando como os discursos desta dão a ver faces do fenômeno em questão.

O estudo aqui relatado toma como eixo o mercado fonográfico e a relação entre seus atores. Reflete-se, sob o viés da midiatização da vida social (BRAGA, 2006; FAUSTO NETO, 2008; GOMES, 2007), sobre como o uso da internet modificou as noções de tempo e de espaço, engendrando trocas de informação mais fáceis e rápidas, implicando (e sendo implicada por) em uma nova lógica comportamental na sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2004, 2006). Tais apontamentos tem como universo empírico as novas formas de produção musical e suas relações com a emergência de mercados independentes que tensionam a mídia tradicional.

A pesquisa relatada tem como foco a trajetória da cantora Gaby Amarantos, perguntando, a partir de sua inserção na mídia brasileira e dos discursos aí construídos – do momento de suas primeiras inserções nacionais (2010) ao auge de sua exposição (2012) –, como artistas utilizam-se de novas mídias para divulgação de seus trabalhos e de que modo, ao fazê-lo, dão a ver novas práticas de consumo e produção musicais. Gaby atribui à divulgação das suas músicas na internet o principal fator para que ela se tornasse reconhecida e ganhasse espaço na mídia e no cenário musical. Em menos de três anos de carreira, consolidada pelos meios de comunicação, de 2010 a 2013, a cantora foi indicada a diversos prêmios da Música: *Grammy Latino*; *MTV Video Music Brasil* em 2012; *Prêmio Multishow*; o *Troféu de música da Associação Paulista de Críticos de Arte*, quando foi escolhida a melhor cantora de 2012; *Melhores do Ano*, no programa *Domingão do Faustão*, entre outros. Em 2011, foi eleita pela revista *Época* como uma das 100 personalidades mais influentes do Brasil.

2. Mídias tradicionais, ciberespaço e mudanças no mercado fonográfico

Das mais antigas formas de se comunicar e seu complexo desenvolvimento – dos gesto à tecnologia computacional – a troca de informações e conteúdos simbólicos é elemento constitutivo da vida social. Com o processo de institucionalização da comunicação a partir do século XV, atingindo no século XX sua consolidação, modificou-se consistentemente a forma de produzir, armazenar e circular essas informações (THOMPSON, 2011).

A globalização, como resultado desse processo, envolvida pelos aparatos tecnológicos ligados à comunicação e informação – como a televisão, a internet, o computador, telefones celulares – consolidou-se pela transposição de fronteiras nacionais e culturais e transformou, assim, o mundo, em uma “aldeia global”, termo criado pelo teórico e educador canadense Marshall McLuhan (1972) para caracterizar essa redução de tempo e espaço entre as diversas culturas, permitindo a livre circulação de informações entre elas.

Esses novos processos são característicos da contemporaneidade, que colocam a sociedade em um espaço midiaticizado, “regido pelas novas tecnologias e moldado pelo virtual, no qual um modelo de comunicação centralizada, unidirecional e vertical é transformada, especialmente pela ambiência proporcionada pelas redes digitais” (STASIAK, 2009, p. 229). Nesse contexto, o que se pensou, de imediato, foi que as novas mídias substituiriam as mídias tradicionais. Entretanto, a interação entre as “antigas mídias” e as atuais, de um modo cada vez mais complexo, deu corpo à chamada “convergência dos meios de comunicação”, trazendo consigo consequências importantes em diversos âmbitos da sociedade, reconfigurando o mercado simbólico de bens culturais, seus eixos produtivos e de consumo. Algo que se concretizou no mundo e no mercado brasileiro, com singularidades marcantes, que merecem atenção.

O mercado fonográfico é um exemplo de contexto institucional que modificou de forma significativa seu modo de produção com o processo de convergência, mesmo sendo, originalmente, um “produto” da sociedade midiaticizada. No Brasil, a produção musical ocorreu de forma lenta até a metade da década de 1950, como argumenta Rodrigues, Penner e Venturini (2012, p.5), “quando o país passou por um processo de industrialização considerada tardia, e por isso não possuía um mercado consumidor e nem uma produção de bens simbólicos significativa”. Após essa fase, nas décadas de 1970 e 1980, começa a emergir uma nova formação cultural, possibilitada por um cenário socioeconômico mais estruturado.

Até a década de 1970, as músicas brasileiras que atingiam as massas eram produzidas majoritariamente pelas gravadoras – agentes que mediavam a relação público-consumidor – para serem transformadas em mercadorias. Tais músicas compunham os álbuns, e eram promovidas em programas televisivos e nos rádios comerciais (ORTIZ, 1991). Eram as gravadoras que exerciam o papel fundamental no funcionamento da indústria musical, pois eram elas as responsáveis pelo registro e distribuição das músicas e pela gestão da carreira dos músicos (LUNA; CABRAL; MORAIS, 2012). Além disso, eram também possuidoras “hegemônicas” dos “recursos tecnológicos e do capital financeiro necessários para viabilizar os processos de produção, distribuição e gestão de carreiras” (IDEM, p.2).

Nesse cenário, um incipiente mercado independente também começa a se formar, quando alguns setores da classe musical brasileira ficaram insatisfeitos com as transformações ocorridas na estrutura da indústria, que se configurou num modelo de negócio voltado para investimentos externos. A partir daí, esses artistas decidiram investir na produção de seus próprios trabalhos (DE MARCHI, 2006).

Na segunda metade da década de 1990, a popularização da internet permite modificar esse cenário produtivo. Os equipamentos necessários para gravações musicais passam a ser mais acessíveis, e o artista “autônomo” pode produzir (melhor) seu trabalho em estúdios caseiros e com o apoio de produtoras independentes (OLIVEIRA;

CAMARGO, 2011). Nos anos 2000 esse processo se potencializa. O artista pode difundir suas músicas por meio de um contato direto com o público, através das redes sociais e de ferramentas como o *Youtube*¹. Esses novos patamares de produção e recepção de mensagens e as mudanças ocorridas no mercado fonográfico, contribuíram para o constituição de uma nova relação mercadológica da produção musical e seus efeitos na difusão de símbolos e conceitos culturais.

Como aponta Santaella (2003, p.20), o computador, conectado às redes telecomunicacionais, “revolucionou as mídias tecnológicas originando um sistema digital amplamente disseminado que possibilita ao usuário não somente consumir, mas também distribuir e receber conteúdos audiovisuais num só equipamento”². Nesse novo espaço, permeado por uma geração de “nativos digitais” (GOMES, 2007), o consumidor de mídia passa a ser também produtor de conhecimento e é reconhecido como tal.

O estabelecimento de uma lógica comercial amparada pelas tecnologias de comunicação, ligando o local ao global, incita a novos modos de consumo como, por exemplo, o compartilhamento³ de arquivos *online*. Segundo pontua Castro (2007), através desse tipo de prática, internautas em todo o mundo trocam, “produzem” músicas e ampliam seus conhecimentos sobre artistas, bandas e cenas musicais.

Hoje, tal reformulação no cenário de produção e a perda do controle hegemônico das grandes gravadoras tem feito com que, após anos de acentuada retração, a produção independente brasileira apresente sinais de crescimento. “Gradualmente obtendo importância no cenário da música nacional, essas companhias são chamadas de Nova Produção Independente (NPI)” (DE MARCHI, 2006, p. 175). A atual configuração do mercado independente se deve também à estabilização econômica do país no final da década de 1990, quando as gravadoras independentes passaram a investir em novas formas e tecnologias de comércio de gravações sonoras, colocando-as em um patamar de competitividade mercadológico favorável com relação às grandes gravadoras (OLIVEIRA; SANTOS; MAIA, 2010).

A estrutura de divulgação dos produtos independentes se ancora em redes que enfatizam os ícones e símbolos empregados pelos grupos, bandas e cantores. Essa estratégia privilegia o acesso irrestrito aos produtos, como forma de atrair a atenção dos consumidores, e confirma que, para esses artistas, a receita maior é proveniente das apresentações ao vivo.

Assim, na interseção entre as mudanças no âmbito de produção e recepção, tendo o consumidor também um produtor, as tecnologias passam a ordenar um mercado mais competitivo e que necessita de constante atualização. Além disso, a reapropriação e proposição de novos conceitos passa a figurar, rompendo com modelos tradicionais de criação cultural. Tal concepção nos traz a abordagem dos mercados (e casos) que emergem e contribuem para a diversidade musical, como é o caso dos produtores autônomos ou independentes, seus hibridismos e conflitos atuais. A cantora brasileira Gaby Amarantos e sua trajetória configuram-se em rico exemplar desse contexto.

¹ Site que permite que usuários carreguem e compartilhem vídeos no seu formato original.

² Ver também Lima (2009).

³ O site *4Shared* é um exemplo de plataforma onde essa prática se realiza. Nele, usuários carregam e compartilham arquivos digitais em diferentes formatos.

3. Mercados independentes e relações com a mídia hegemônica: o caso Gaby

Nos últimos anos, construir uma base de fãs por meio da internet tornou-se viável e um caminho na trajetória de muitos aspirantes ao sucesso. Segundo Castro (2007), as estratégias utilizadas frequentemente conjugam plataformas de compartilhamento de conteúdo e a *homepage* do artista em questão, aliadas a blogs de relacionamento através dos quais eles podem manter contato mais direto, fidelizando seu público.

É utilizando-se desses mecanismos que a cantora paraense Gabriela Amaral dos Santos, a hoje chamada Gaby Amarantos, consegue divulgar a sua música para o restante do país e começa a ascender em sua carreira. Em mais de 15 anos de trabalho, desde a década de 1990, a “musa do tecnobrega”, como é conhecida atualmente, passou por muitas mudanças em sua trajetória e atribui – em documentos e entrevistas – à internet boa parte do reconhecimento que tem como artista.

O “tecnobrega” é um gênero musical popular, que une a música brega à batidas eletrônicas, surgido no estado do Pará no início dos anos 2000. Por ser um estilo musical que nasceu na periferia de Belém, longe das grandes gravadoras e dos meios de comunicação de massa, o mercado musical do tecnobrega, no Pará, configurou-se por peculiaridades que acentuaram e acentuam uma produção voltada para um mercado não-hegemônico, que traz em seu histórico uma ascensão no uso de tecnologias caseiras para difundir a cultura e expressão locais; algo muito consonante com a trajetória de Gaby Amarantos.

Atentos a esse contexto, no período compreendido entre 2010 e 2012, momento de auge de exposição e visibilidade da cantora nos meios de comunicação nacionais, buscamos analisar os discursos presentes nas aparições de Gaby Amarantos (sejam aqueles que partiram dela, sejam aqueles feitos sobre ela) a fim de compreender como as mídias tradicionais expressam a ascensão de fenômenos musicais que trazem características não-hegemônicas, referindo-se a práticas que dizem respeito a modelos distintos de produção cultural.

Realizamos um recorte das aparições de Gaby Amarantos na mídia durante o triênio citado (2010 a 2012), de maneira que pudéssemos traçar, de forma panorâmica e reflexiva, os elementos que permearam os discursos de 43 destacadas aparições⁴ (ver Tabelas 1 a 4) da cantora em: programas televisivos (*Domingão do Faustão*, *Vídeo Show*, *Estrelas*, *Globo Universidade*, *Encontro com Fátima Bernardes* e *Mais Você*, da Rede Globo; *MTV na Pista* e *Família MTV*, da MTV; *De frente com Gabi*, do SBT; *Um chope com: Gaby Amarantos*, do canal de TV paga Multishow; *Sons do Pará*, da TV Liberal; e *O Bagulho é Doido*, do Canal Brasil), sites de revistas (*Rolling Stone*, *Época*, *Veja*, *TPM*, *QUEM* e *Carta Capital*), sites de jornais (*O Globo*, *Extra* e *The Guardian*) e portais de notícias (*Yahoo*, *GI*, *MTV* e *BBC Brasil*). Nos discursos presentes nesses produtos fica notória uma mudança nos dizeres da e sobre a cantora. Parece haver uma

⁴ A pesquisa acompanhou por meio de cadastro no sistema de “Alertas do Google” (<https://www.google.com.br/alerts?hl=pt-BR>), de janeiro de 2010 a dezembro de 2012, todas as postagens realizadas na internet referindo-se a Gaby Amarantos. O resultado da coleta levou a um total de 362 postagens (9 em 2010; 28 em 2011; 325 em 2012), das quais foram escolhidas, comparativa e contextualmente (pelo momento e a mídia em questão) as notícias e aparições da cantora que refletiam momentos específicos de sua trajetória como: lançamento de clipes, CDs, prêmios conquistados etc.

passagem entre um primeiro momento, de exaltação do mercado fonográfico independente para um segundo momento, de inserção e diálogo (ora “tenso”, ora “harmonioso”) de Gaby Amarantos em outros padrões, mais tradicionais, da indústria musical. Uma passagem de sentidos e de contextos permeada por outras questões, complexas, que envolvem elementos de ordem cultural e regional, social e econômica.

2010	Veículo	Notícia	Data de postagem	Link
1	Domingão do Faustão	Beyoncé do Pará - 1ª vez no Faustão como carreira solo	02/05/2010	http://www.youtube.com/watch?v=5QqZG6ZcN-M
2	Vídeo Show	André Marques entrevista Gaby Amarantos, a Beyoncé do Pará	20/05/2010	http://www.youtube.com/watch?v=7MQiMH6vNRo
3	O Globo	Cada vez mais popular, a 'Beyoncé do Pará' Gaby Amarantos traz seu tecnomelody ao Rio	11/06/2010	http://oglobo.globo.com/cultura/cada-vez-mais-popular-beyonce-do-para-gaby-amarantos-traz-seu-tecnomelody-ao-rio-2995991
4	Época	Ela é brega. Ela é diva. Ela é a Beyoncé... do Pará.	10/07/2010	http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI154020-15220,00-ELA+E+BREGA+ELA+E+DIVA+ELA+E+A+BEYONCEDO+PARA.html
5	MTV	2º MTV Na Pista em Belém + Entrevistinha com Gaby Amarantos – a Beyoncé do Pará	04/08/2010	http://www.youtube.com/watch?v=eVKNt70WchQ
6	Vídeo Show	Gaby Amarantos apresenta o Tecno Melody do Pará	20/09/2010	http://globoTV.globo.com/rede-globo/video-show/v/gaby-amarantos-apresenta-o-tecno-melody-do-para/1340676/

Tabela 1: *Corpus 2010*
Fonte: elaboração própria.

2011	Veículo	Notícia	Data de postagem	Link
1	O Globo	DVD 'Tecn melody Brasil' mostra a potência da música paraense que une o primeiro e o terceiro...	01/02/2011	http://oglobo.globo.com/cultura/dvd-tecn melody-brasil-mostra-potencia-da-musica-paraense-que-une-primeiro-o-terceiro-2830269
2	Veja	Tecnobrega: a nova música brasileira tipo exportação	13/05/2011	http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/tecnobrega-a-nova-musica-brasileira-tipo-exportacao
3	MTV	Gaby Amarantos lança clipe do hit 'Xirley'	05/10/2011	http://mtv.uol.com.br/musica/gaby-amarantos-lanca-clipe-do-hit-xirley
4	Época	E o brega virou cult	21/10/2011	http://revistaepoca.globo.com/Mente-aberta/noticia/2011/10/e-o-brega- virou-cult.html
5	Época	Somos todos bregas	01/11/2011	http://revistaepoca.globo.com/cultura/noticia/2011/11/somos-todos-bregas.html
6	TPM	Made in Brazil	12/12/2011	http://revistatpm.uol.com.br/revista/116/editorial/made-in-brazil.html
7	TPM	Gaby Amarantos: A garota da periferia de Belém que está decidida a ganhar o mundo sem sair do seu bairro	19/12/2011	http://revistatpm.uol.com.br/revista/116/paginas-vermelhas/gaby-amarantos.html
8	Extra	Gaby Amarantos estreia solo de olho no mercado físico e na web	22/12/2011	http://extra.globo.com/tv-e-lazer/gaby-amarantos- estreia-solo-de-olho-no-mercado-fisico-na-web-3491358.html
9	Rolling Stone	Melhores de 2011: Músicas Nacionais	12/2011	http://rollingstone.uol.com.br/listas/melhores-de-2011-musicas-nacionais/xirley-gaby-amarantos/

Tabela 2: *Corpus* 2011
Fonte: elaboração própria.

2012	Veículo	Notícia	Data de postagem	Link
1	G1	Quero ser pirateado, dizem artistas como Emicida e Gaby Amarantos	02/01/2012	http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/01/quero-ser-pirateado-dizem-artistas-como-emicida-e-gaby-amarantos.html
2	De Frente com Gabi	Marília Gabriela recebe Gaby Amarantos, a Beyoncé do Pará - parte 2	15/01/2012	http://www.youtube.com/watch?v=Evfd3a55e8
3	De Frente com Gabi	Marília Gabriela recebe Gaby Amarantos, a Beyoncé do Pará - parte 2	15/01/2012	http://www.youtube.com/watch?v=Evfd3a55e8
4	De Frente com Gabi	Marília Gabriela recebe Gaby Amarantos, a Beyoncé do Pará - parte 3	15/01/2012	http://www.youtube.com/watch?v=32RC8jH3I
5	De Frente com Gabi	Marília Gabriela recebe Gaby Amarantos, a Beyoncé do Pará - parte 4	15/01/2012	http://www.youtube.com/watch?v=kCiEoNb9Yc0
6	Mais Você	Gaby Amarantos desabafa e pede tolerância musical	02/02/2012	http://globo.com/rede-globo/mais-voce/v/gaby-amarantos-desabafa-e-pede-tolerancia-musical/1795294/
7	Carta Capital	Gaby Amarantos e Emicida, a música nos tempos de Internet	12/02/2012	http://www.cartacapital.com.br/cultura/gaby-amarantos-e-emicida-a-musica-nos-tempos-de-internet
8	The Guardian	New band of the day: Gaby Amarantos (No 1,209)	16/02/2012	http://www.theguardian.com/music/2012/feb/16/new-band-gaby-amarantos
9	O Globo Cultura	Gravadora inglesa lança compilação de tecnobrega	28/02/2012	http://oglobo.globo.com/cultura/gravadora-inglesa-lanca-compilacao-de-tecnobrega-4082252
10	Rolling Stone	Especial Mulher: Rainha da Sucata	Edição 66 - 03/2012	http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-66/rainha-da-sucata
11	O Globo	De onde veio, aonde vai e o que leva Gaby Amarantos	26/03/2012	http://oglobo.globo.com/cultura/de-onde-veio-aonde-vai-o-que-leva-gaby-amarantos-4410504
12	Multishow - Um chope com	Um chope com Gaby Amarantos - parte 1	10/04/2012	http://globo.com/multishow/um-chope-com/v/um-chope-com-gaby-amarantos-parte-1/1896793/
13	Multishow - Um chope com	Um chope com Gaby Amarantos - parte 2	10/04/2012	http://globo.com/multishow/um-chope-com/v/um-chope-com-gaby-amarantos-parte-2/1896821/
14	Yahoo! OMG	Gaby Amarantos: cinco motivos para gostar da Beyoncé do Pará	20/04/2012	http://br.omg.yahoo.com/blogs/remix/gaby-amarantos-cinco-motivos-para-gostar-da-beyonc%C3%A9-212347954.html
15	G1	A fase de Beyoncé do Pará já passou', afirma Gaby Amarantos	20/04/2012	http://g1.globo.com/ceara/noticia/2012/04/fase-de-beyonce-do-para-ja-passou-afirma-gaby-amarantos.html

Tabela 3: Corpus 2012
Fonte: elaboração própria.

2012	Veículo	Notícia	Data de postagem	Link
16	Estrelas	Gaby Amarantos mostra seu talento como chef	05/05/2012	http://globo.com/rede-globo/estrelas/v/gaby-amarantos-mostra-seu-talento-como-chef/1934506/
17	O Globo	A cena e os artistas que fazem de Belém o polo cultural mais interessante do Brasil hoje	05/08/2012	http://oglobo.globo.com/cultura/a-cena-os-artistas-que-fazem-de-belem-polo-cultural-mais-interessante-do-brasil- hoje-5692341
18	G1	CCBB de Brasília sedia festival com panorama da música paraense	09/08/2012	http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2012/08/ccbb-de-brasilia-sedia-festival-com-panorama-da-musica-paraense.html
19	Globo Universidade	Guitarrada e carimbó se misturam no som de Gaby Amarantos e Lia Sophia	25/08/2012	http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/08/guitarrada-e-carimbo-se-misturam-no-som-de-gaby-amarantos-e-lia-sophia.html
20	MTV	Família MTV - Gaby Amarantos - episódio 1	27/08/2012	http://www.youtube.com/watch?v=nIq6qKtew
21	Rolling Stone	Gaby Amarantos é a grande vencedora do VMB 2012	20/09/2012	http://rollingstone.uol.com.br/noticia/vmb-2012/
22	Encontro com Fátima Bernardes	Gaby Amarantos conta como foi o início da carreira	20/09/2012	http://globo.com/encontro-com-fatima-bernardes/v/gaby-amarantos-Conta-como-foi-o-inicio-da-carreira/2148581/
23	Veja	Gaby Amarantos é a grande vencedora do VMB 2012	21/09/2012	http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/gaby-amarantos-e-a-grande-vencedora-do-vmb
24	MTV	Gaby Amarantos leva o prêmio de Melhor Artista Feminino no VMB 2012	22/09/2012	http://mtv.uol.com.br/programas/mtv1/noticias/gaby-amarantos-leva-o-premio-de-melhor-artista-feminino-no-vmb-2012
25	BBC Brasil	Gaby Amarantos revela música da "Amazônia caribenha"	26/10/2012	http://www.bbc.co.uk/portuguese/videos_e_fotos/2012/10/121025_latam_gabyamarantos_rp.shtml
26	Quem Acontece	Decotada, Gaby Amarantos conta que sucesso não mudou sua vida	29/11/2012	http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2012/11/gabi-amarantos-arrasa-no-look-para-show-da-virada.html
27	Canal Brasil - O bagulho é doido	Em bate-papo com Mv Bill, Gaby Amarantos comenta lembranças de sua infância em Jurunas	12/11/2012	http://globo.com/canal-brasil/o-bagulho-e-doido/v/em-bate-papo-com-mv-bill-gaby-amarantos-comenta-lembrancas-de-sua-infancia-em-jurunas/2238331/
28	TV Liberal	Sons do Pará: reveja o programa especial de fim de ano	09/12/2012	http://redeglobo.globo.com/pa/tvliberal/noticia/2012/12/sons-do-para-reveja-o-programa-especial-de-fim-de-ano.html

Tabela 4: *Corpus 2012*

Fonte: elaboração própria.

Uma matéria no site da revista *Época*⁵, veiculada em julho de 2010, trata do modo como os artistas do Pará vendem suas músicas, que são produzidas informalmente, apenas pelo computador. Além da divulgação em emissoras de rádio e televisão locais, a matéria mostra que a internet era uma importante fonte de difusão desses produtos. No texto, Amarantos ratifica: “Quando acabo de gravar, já coloco na internet para as pessoas baixarem e aviso em meu *messenger*” (SHIRAI, 2010). E a reportagem diz: “essa estratégia de mercado, à margem das gravadoras, antecipou o que a indústria fonográfica de ponta foi obrigada a fazer: já que a pirataria corroeu os lucros das vendas de CD, o jeito foi direcionar os shows (e o merchandising) como principal fonte de receita” (IDEM, 2010).

No programa *MTV Na Pista*, exibido em 04 de agosto de 2010, essa lógica comercial também é discutida durante a matéria. Amarantos declara:

A gente meio que criou esse novo modelo de mercado. É uma coisa que chama muito a atenção, essa coisa da gente produzir a música, preparar o CD e já levar direto pro camelô. Além de ter essa falência da gravadora, ainda tem essa questão da gente ser do Norte, estar longe de tudo e não conseguir despertar a atenção.⁶

Na matéria “Gaby Amarantos estreia solo de olho no mercado físico e na web”, do jornal *Extra*⁷, de 22 de dezembro de 2011, a ligação da artista com a lógica de divulgação informal da sua música é o ponto principal. O texto cita que “[...] a cantora se prepara para lançar seu primeiro disco, de repertório autoral e por uma grande gravadora, abrindo caminho para uma profissionalização do movimento paraense, que cresceu ancorado na pirataria e nas versões em português para sucessos do pop internacional” (AZEVEDO, 2011). Fica exposta uma preocupação em se manter as duas formas de divulgação do trabalho da artista:

O CD está pronto, mas, como é um movimento que veio de um elo com o download e com o mercado informal, estamos montando uma estratégia pra ver como a gente vai lançar isso. É um novo modelo de mercado. A gente está estudando uma forma de alimentar esse público que foi o que me consagrou, mas ter o disco na loja, também — conta Gaby. Batizado de “Treme”, o disco deve chegar às lojas no primeiro semestre de 2012, no fim de um processo de divulgação que começou há dois meses com o lançamento no *YouTube* do videoclipe de “Xirlei”. A música, composta pelo pernambucano Zé Cafofinho, apresentou uma Gaby diferente da “Beyoncé do Pará”, vocalista do repertório de versões da Tecno Show que a tornaram conhecida fora de seu estado natal (IDEM, 2011).

Mais de um ano depois, quando questionada sobre “o que acredita que vai acontecer com a indústria fonográfica nos próximos anos?”, em entrevista para o site da

⁵ Matéria publicada no dia 10/07/10. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI154020-15220,00-ELA+E+BREGA+ELA+E+DIVA+ELA+E+A+BEYONCEDO+PARA.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁶ Programa exibido no dia 04/08/10. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=eVKNt70WchQ>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁷ Matéria publicada no dia 22/12/11. Disponível em: <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/gaby-amarantos-estrela-solo-de-olho-no-mercado-fisico-na-web-3491358.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

revista *TPM*⁸, em dezembro de 2011, Amarantos afirma: “Vejo o futuro sendo a internet, com a possibilidade de disponibilizar a sua música por *YouTube*, *4Shared*... A obra é minha, faço o que quiser. Isso é a libertação! Vai ficar cada vez mais complicado para as gravadoras” (ABDALLAH, 2011). Gaby Amarantos reconhece o papel das gravadoras, mas acredita que precisam reinventar o modo de trabalhar com o meio musical: “Elas ainda são importantes para profissionalizar o artista, mas vejo isso como um movimento de reconhecer quem já está fazendo sucesso e não de apostar no novo. Não vai mais ser aquela mesmice, aquela repetição de uma fórmula que ‘deu certo’” (IDEM, 2011).

Por vários momentos, Amarantos reconhece que a estratégia adotada por ela e por artistas do circuito independente está na distribuição por meio da internet, o que ocasiona em uma maior visibilidade devido à circulação do conteúdo por entre diferentes nichos de públicos.

Em 2012, ano de maior inserção da cantora na mídia, Amarantos passa a adotar também o modelo das grandes gravadoras e concretiza o lançamento do primeiro disco solo de sua carreira, o “Treme”.



Figura 1: Capa do primeiro álbum solo de Gaby Amarantos, “Treme”
Fonte: Uol⁹

⁸ Matéria publicada no dia 19/12/11. Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/revista/116/paginas-vermelhas/gaby-amarantos.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

⁹ Disponível em: <http://cenapop.virgula.uol.com.br/2012/04/13/7404-gaby-amarantos-libera-a-capa-do-album-treme/>. Acesso em: 08 dez. 2013.

A música “Ex Mai Love”, usada como principal foco na divulgação do disco é apresentada a todo o país na abertura da novela *Cheias de Charme*, da *Rede Globo*. A cantora, declara em entrevista ao programa *De Frente com Gabi*¹⁰, do *SBT*, exibido em 15 de janeiro de 2012, que o novo modelo de divulgação se deve muito mais à expectativa de alguns fãs possuírem seu CD do que pela necessidade de vendas, uma vez que ela continua priorizando a divulgação do seu trabalho pela internet.



Figura 2: Marília Gabriela entrevista Gaby Amarantos no programa *De Frente com Gabi*, do *SBT*, em 15 de janeiro de 2012

Fonte: Youtube¹¹

No programa, Marília Gabriela aborda a questão dos direitos autorais, recorrentemente discutida no mercado de produção cultural, por conta das cópias da internet. Ao perguntar "o seu clipe, “Xirley” (de 2011), defende abertamente a liberdade autoral. E você?", a apresentadora recebe uma resposta enfática:

Também. E essa discussão é algo que no Pará a gente já faz há muito tempo e o tecnobrega em si, ele utilizou dessa forma pra poder se divulgar, desse modelo de mercado, dessa liberdade, de você poder colocar a sua música a venda no seu próprio show, de você disponibilizar na internet. Até por isso que a gente está lançando esse EP agora, porque existe uma expectativa muito grande em relação ao CD, que a gente lança depois do Carnaval. Mas eu sou uma artista nova, que vem desse modelo de mercado, que é independente, que defende, que compreende, que tem essa compreensão dessa forma de divulgação, dos direitos autorais, a gente acha que não é mais por aí.¹²

¹⁰ Programa exibido no dia 15/01/2012. Terceira parte disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=32RC8Jt_H3I. Acesso em: 05 mar. 2013.

¹¹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Nv0vmGWC2Qc>. Acesso em: 10 mar. 2013

¹² Programa exibido no dia 15/01/2012. Terceira parte disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=32RC8Jt_H3I. Acesso em: 05 mar. 2013.

Gaby Amarantos se reconhece, pois, como "uma artista da internet". A matéria "Gaby Amarantos e Emicida, a música nos tempos de Internet", de 12 de fevereiro de 2012, publicada no portal da revista *CartaCapital*¹³, trata da dimensão que a carreira de Amarantos e a carreira do cantor Emicida - que também prioriza a livre divulgação da sua música - tiveram com o auxílio da *web*.

Este ano é a crista da onda da fama de Gaby Amarantos. Acaba de fechar um acordo para produzir um álbum com a maior gravadora brasileira, a Som Livre, participa de programas de tevê e anuncia que terá uma música inédita na trilha de abertura da próxima novela das sete da Rede Globo. E apesar de entrar de cabeça no *mainstream*, Gaby garante que não deixará de disponibilizar seu trabalho na *web* (MENDES, 2012).

Segundo a reportagem, a cantora acredita que o ideal para o mercado da música brasileira é encontrar um equilíbrio entre os *downloads*, a pirataria e o mercado tradicional, opinião da qual Emicida compartilha. Amarantos possibilita o equilíbrio entre os dois modelos de mercado na medida em que consegue conciliar a produção do seu CD, o fato de ter uma música na abertura de uma novela e a constante participação em programas televisivos com o livre compartilhamento das suas músicas em diversas plataformas da internet.

Os mesmos artistas são citados na matéria "Quero ser pirateado, dizem artistas como Emicida e Gaby Amarantos", publicada no portal de notícias *GI*¹⁴, em 02 de janeiro de 2012. Nela, Amarantos argumenta que a pirataria lhe ajudou a ganhar dinheiro e declara: "Devo minha carreira à pirataria e internet. Seria injustiça e burrice impor ao meu público que pague mais de 25 reais para me ouvir" (MACHADO, 2012).

Em ambos os textos, a cantora, como se evidencia, afirma manter o contato com seus dois tipos de público: os que conhecem e divulgam seu trabalho por meio da internet e aqueles que a conhecem por meio de suas inserções na mídia ou no mercado tradicional. No entanto, mais que isso, percebe-se, pelas falas de Amarantos e pelos discursos sobre ela, o hibridismo que marca esse cenário e as tensões aí subentendidas (SILVA; ARAÚJO, 2013), materializadas nos sentidos apreendidos sobre a leitura realizada do cenário contemporâneo do mercado fonográfico e os atores que o compõem – expostos em fontes e personagens em materiais jornalísticos e de entretenimento nos quais Gaby Amarantos aparece.

4. Arranjos mercadológicos e valores culturais: questões para reflexão

O avanço tecnológico configura-se como peça fundamental para a impulsão do mercado musical. O alto custo e a complexidade de operação do equipamento utilizado nos estúdios de gravação, que antes garantiam à indústria a exclusividade da posse dos meios de produção comercial da música, dão lugar a um reordenamento da lógica de produção e distribuição.

¹³ Matéria publicada no dia 12/02/12. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/cultura/gaby-amarantos-e-emicida-a-musica-nos-tempos-de-internet>. Acesso em: 07 ago. 2013.

¹⁴ Matéria publicada no dia 02/01/12. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/01/quero-ser-pirateado-dizem-artistas-como-emicida-e-gaby-amarantos.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

A visibilidade que produções independentes passaram a ter pelo público conectado à Rede e o reordenamento mercadológico das grandes gravadoras acabou por pautar os veículos de comunicação nos últimos anos, que se viram impelidos a se readequar nesse novo espaço. A figura de uma artista que não se encaixava nos padrões do mercado musical nacional foi reconhecida em Amarantos, pela mídia, como uma possibilidade da proposição de um novo conceito cultural, alinhado a essas tendências e que, de certa maneira, é incorporado também pela própria Gaby Amarantos.

Além das questões tecnológicas, o destaque de Amarantos na cena nacional incorporou o discurso de valorização de culturas periféricas, tensionadas com elementos da indústria cultural internacional, propondo o conceito de uma "Nova Música do Pará", colocando em cena aspectos das tensões entre as culturas local e global, mediadas e engendradas por questões da mídiatização contemporânea. Nas declarações de Gaby Amarantos, em sua trajetória midiática, há uma evidência da diversidade da cultura do Norte do Brasil e, mais especificamente, de Belém do Pará. Suas falas, nesse sentido, trazem à luz uma outra quebra de hegemonia – não a de gravadoras e produtores independentes – que diz respeito ao reordenamento dos grandes centros de produção cultural, uma realidade consolidada devido à livre distribuição de conteúdo *online* e a força que esse mercado tem nas periferias (SILVA; ARAÚJO, 2013).

Esse novo modelo de significação cultural permite-nos concluir que, no cenário da mídiatização, mudanças no processo de emissão e recepção de informações, implicadas em um novo modo de consumo e comportamento, influenciam e correspondem a maneiras como diferentes culturas passam a se representar e ser percebidas. Nesse contexto, a música figura como instrumento de manifestação cultural que agrega valores sociais, por meio de representações que convergem questões do tecnológico e da globalização. Espaços antes silenciados por um mercado em que uma ordem comercial padrão imperava, veem-se “invadidos” por novos modelos, ao mesmo tempo em que deles fazem parte. Amarantos, nessa esfera, encara o mercado fonográfico das grandes gravadoras como um desafio, porém não perde o interesse pelo compartilhamento gratuito *online*. Fato expresso pela disponibilização de seu DVD “*Live in Jurunas*” no *Youtube*, no mesmo dia de seu lançamento oficial, em 23 de março de 2013. Acontecimentos exemplares de uma contemporânea formação cultural, cujas problematizações estamos a construir.

Referências

- ABDALLAH, Ariane. “Gaby Amarantos: A garota da periferia de Belém que está decidida a ganhar o mundo sem sair do seu bairro”. Revista **TPM**, 19/12/11. Disponível em: <http://revistatpm.uol.com.br/revista/116/paginas-vermelhas/gaby-amarantos.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.
- AZEVEDO, Érika. “Gaby Amarantos estreia solo de olho no mercado físico e na web”. **Extra**, 22/12/11. Disponível em: <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/gaby-amarantos-estrela-solo-de-olho-no-mercado-fisico-na-web-3491358.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.
- BRAGA, José Luiz. “Mediatização como processo interacional de referência”. In: MÉDOLA, Ana Silvia L.D.; ARAUJO, Denise C.; BRUNO, Fernanda. (Orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141 – 167.
- CASTRO, Gisela. “Consumindo música, consumindo tecnologia”. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Orgs). **Novos rumos da cultura da mídia**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 213 – 226.
- DE MARCHI, Leonardo. Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira?. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo. Vol. 3. N7. jul 2006. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/76/77>. Acesso em: 7 abr. 2013.
- FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma "analítica" da mediatização, **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 1, p. 89 – 105, 2008.
- GOMES, Pedro. **O processo de mediatização na sociedade**. Blog de Rolando Perez. 2007. Disponível em: <http://rolandoperez.files.wordpress.com/2009/02/mediatizacao-da-sociedade-pedro-gilberto-gomez.pdf> Acesso em: 07 abr. 2013.
- LIMA, Aline S. Da cultura da mídia à cibercultura: as representações do eu nas tramas do ciberespaço. In: **III Encontro de Pesquisa em Comunicação e Cidadania**. Goiânia, 2009. Disponível em: http://mestrado.fic.ufg.br/uploads/76/original_ciberespaco_representacoes_do_eu.pdf Acesso em 22 jul. 2013.
- LUNA, Carlos E. F.; CABRAL, Thiago de Souza; MORAIS, Juliana Gomes. A Nova Configuração da Indústria da Cultura e o Papel dos Agentes na Gestão de Carreiras e Políticas Para a Cultura. In: Anais do **IV Encontro Nacional da Ulepicc**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: http://ulepiccbrasil4.com.br/anais/pdf/gt4/LUNA,_CABRAL,_MORAIS_a_nova_configuracao_da_industria_da_cultura_e_o_papel_dos_agentes_na_gestao_de_carreiras_e_politicas_para_a_cultura.pdf Acesso em 13 set. 2013.
- MACHADO, Livia. “Quero ser pirateado, dizem artistas como Emicida e Gaby Amarantos”. **Portal G1**, 02/01/12. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/01/quero-ser-pirateado-dizem-artistas-como-emicida-e-gaby-amarantos.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. “Globalização comunicacional e transformação cultural”. In: MORAES, Dênis de. (Org). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 57 – 86.

_____. “Técnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século”. In: MORAES, Dênis de (org). **A sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 51 – 79.

MCLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg** – a formação do homem tipográfico. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo/Editora Nacional, 1972.

MENDES, Beatriz. “Gaby Amarantos e Emicida, a música nos tempos de Internet”. **CartaCapital**, 12/02/12. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/cultura/gaby-amarantos-e-emicida-a-musica-nos-tempos-de-internet>. Acesso em: 07 ago. 2013.

OLIVEIRA, Cristiano; CAMARGO, Adriana. Novas Perspectivas para a Cadeia Produtiva da Música: Uma Análise das Dinâmicas do Tecnobrega. In: **Anais do XXXIV INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2643-1.pdf> Acesso em: 10 out. 2013.

OLIVEIRA, Enderson. G. S; SANTOS, Elias do Carmo; MAIA, Mauro Celso F. Web 2.0, produção e consumo de música na contemporaneidade: uma análise do site Bel Rock, de Belém do Pará. In: **VI Encontro de Música e Mídia**. São Paulo, 2010. Disponível em: [http://www.musimid.mus.br/6encontro/pdf/6%20Musimid%20\(2010\)%20-%20Elias%20do%20Carmo%20Santos,%20Enderson%20Geraldo%20de%20Souza%20Oliveira.pdf](http://www.musimid.mus.br/6encontro/pdf/6%20Musimid%20(2010)%20-%20Elias%20do%20Carmo%20Santos,%20Enderson%20Geraldo%20de%20Souza%20Oliveira.pdf) Acesso em: 10 ago. 2013.

ORTIZ, Renato José P. **A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural**. 3ª ed. São Paulo, Brasiliense, 1991.

RODRIGUES, Natália C.; PENNER, Tomaz A.; VENTURINI, Carolina Maria. Música e Sociedade: O Desenvolvimento da Indústria Cultural e Fonográfica no Brasil. In: **Anais do XXXV INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1062-1.pdf> Acesso em: 10 ago. 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Editora Paulus, 2003.

SHIRAI, Mariana. “Ela é brega. Ela é diva. Ela é a Beyoncé... do Pará”. **Época**, 10/07/10. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI154020-15220,00-ELA+E+BREGA+ELA+E+DIVA+ELA+E+A+BEYONCEDO+PARA.html>. Acesso em: 07 ago. 2013.

SILVA, Lorena Cristine; ARAÚJO, Thiago Guimarães. **De Beyoncé do Pará a Gaby Amarantos: os discursos presentes na construção de um fenômeno musical**. 82 f. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal de Ouro Preto, 2013.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**/ Tomaz da Silva (org.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.



SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

STASIAK, Daiana. Abordagens contemporâneas: identidade e cultura no espaço midiático. **Revista Estudos em Comunicação**, v. 6, p. 227 – 238, 2009.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.