

## CULTURA E COMUNICAÇÃO PÓS-MASSIVA: O HIBRIDISMO NA MÚSICA MUITO POPULAR BRASILEIRA E AS MÚLTIPLAS FUNÇÕES DO OUVINTE

*Tatiana Martins Montenegro<sup>1</sup>*

*Carlos Yander Aguiar Arazimo<sup>2</sup>*

*Anna Cecília Chaves Limongi de Mello<sup>3</sup>*

### Resumo

O presente artigo tem o objetivo de promover reflexões acerca do cenário atual da música muito popular brasileira, sua configuração histórica e perspectivas. Por meio de pesquisas de cunho bibliográfico e documental, foram investigados os mecanismos que contribuíram para um entendimento da legitimidade da cultura popular nacional, com ênfase na música e no impacto das novas tecnologias para a produção e disseminação das manifestações artísticas. A partir dos apontamentos levantados, avalia-se que a cena da música brasileira contemporânea é diretamente afetada pelas transformações tecnológicas e macroambientais e que a principal característica da música nacional hoje é o hibridismo, dado que o mesmo define os artistas, as canções, o estilo, o público e os canais de comunicação utilizados para a prática desta manifestação cultural.

**Palavras-chave:** *Música Popular Brasileira; Hibridismo musical; Interculturalidade; Comunicação pós-massiva.*

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Estudos Literários (Universidade Federal de Juiz de Fora). Mestre em Letras (Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora) e professora de Comunicação Social (Centro Universitário Estácio de Juiz de Fora). E-mail: tatiana.marmon@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social (Centro Universitário Estácio de Juiz de Fora). E-mail: aguiaryander@gmail.com

<sup>3</sup> Graduanda em Comunicação Social (Centro Universitário Estácio de Juiz de Fora). E-mail: annacecilialimongi@hotmail.com

## INTRODUÇÃO

As manifestações artísticas massivas e populares são elementos fundamentais da cultura de cada continente, país e região por tornarem concretos os valores e significados dos grupos sociais e apresentarem traços característicos de determinado momento histórico. No século XXI, essas produções tomaram novas configurações e acompanharam o avanço das tecnologias, que possibilitaram o aumento do acesso à informação, a aproximação entre os povos e a construção de novos modelos culturais e comunicacionais.

Dentre os fenômenos culturais de massa produzidos no Brasil, a música pode ser considerada um dos feitos mais expressivos, visto ser um objeto que compõe a experiência do cotidiano. Nesse sentido, torna-se pertinente compreender as práticas da indústria fonográfica contemporânea, considerando as suas particularidades e percebendo-a enquanto um influente instrumento de mídia. E faz-se relevante o entendimento sobre o perfil do novo ouvinte, que deixou de ser um simples receptor para exercer múltiplos papéis na cena musical, como pesquisador, divulgador e produtor.

No Brasil, além dos aspectos tecnológicos, é possível enfatizar ainda a ascensão econômica da classe C no início dos anos 2000, que implicou no aumento do consumo de bens e serviços no país e permitiu um elevado número de indivíduos adquirir equipamentos eletroeletrônicos, como computadores e celulares, bem como a instalação de redes conectadas à internet e o uso das TVs a cabo ou por assinatura<sup>4</sup>. Providos de recursos para além do rádio e da televisão aberta, esses indivíduos ampliaram seu campo de conhecimento e, conseqüentemente, passaram a explorar diversas outras possibilidades no âmbito musical, como a produção de material fonográfico na internet.

As mídias sociais permitiram que uma porcentagem maior de indivíduos acessasse as redes e propagasse os frutos de sua herança cultural. Como exemplo, destaca-se a cantora Anitta. Por meio da plataforma de vídeos YouTube, a jovem compartilhou imagens próprias cantando músicas do ritmo *funk* até ser descoberta por uma conhecida organização do ramo. E foi fazendo uso das inúmeras ferramentas digitais disponíveis hoje que Anitta adquiriu projeção mundial, tornando-se uma das artistas brasileiras mais conhecidas internacionalmente e um fenômeno não apenas fonográfico como também mercadológico.

Assim como o *funk*, é possível elencar outros estilos musicais brasileiros que se consolidaram de forma relevante nos dias atuais, como o sertanejo e o forró, que se

---

<sup>4</sup> Pesquisa FGV, 2008.

ressignificaram por meio das letras e melodias, migrando do local para o global. A mistura dos estilos transformou-se em tendência e o aspecto heterogêneo tornou-se uma das principais características da música popular contemporânea. As *playlists*, por sua vez, também se tornaram mais heterogêneas e plurais. Com a flexibilidade gerada pelas plataformas *streaming* o ouvinte tem autonomia para criar a sua própria lista de músicas e fazer descobertas por meio de um serviço de curadoria customizado, tornando-se musicalmente mais eclético.

Diante dessas transformações e hipóteses, torna-se pertinente explorar com maior profundidade tais acontecimentos. Para isso, o presente artigo faz uso de pesquisas de cunho bibliográfico e documental sobre o cenário musical popular brasileiro da atualidade e o campo da comunicação pós-massiva, termo instituído por André Lemos (2007). O estudo busca ainda investigar de que forma aos fenômenos interculturais refletem na musicalidade brasileira e como os modos de produção e recepção de conteúdo digital impactam a esfera musical e implica em reinvenções como a realização de shows em formato de *lives* que movimentaram as plataformas virtuais em tempos de pandemia, visto que essas novas formas de se produzir e consumir a arte tem modificado o mercado cultural no Brasil e no mundo.

## MÚSICA MUITO POPULAR BRASILEIRA: DA COMUNICAÇÃO DE MASSA PARA UMA COMUNICAÇÃO PÓS-MASSIVA

Os grupos sociais são grandes consumidores de espetáculos produzidos com fins de entretenimento. No contexto da comunicação, isso pode ser representado por uma série de acontecimentos mediados por imagens e mensagens emitidas pelos meios de comunicação de massa, cenário onde os indivíduos são movidos pelo consumo permanente de fatos, notícias, eventos culturais e produtos - dentre estes, a música - que imprimem estilos de vida a serem seguidos pela sociedade.

A fim de compreender as conexões estabelecidas entre o público e a mídia de massa, se faz necessária uma análise histórica acerca dessa relação. No século XX, os teóricos que compunham a Escola de Frankfurt, chamados de “apocalípticos” por Umberto Eco (1993), utilizavam o termo comunicação de massa para se referir ao nível de comunicação um-para-todos, isto é, quando há um emissor produzindo e distribuindo conteúdo destinado a um grande número de receptores. Estes, por sua vez, assimilam a

mensagem de forma inerte, tornando-se seres alienados e sujeitos a manipulação, contribuindo na construção do fenômeno cultural de massa (ECO, 1993).

A esse respeito, Adorno e Horkheimer (1985) reforçam que a cultura de massa trata-se de um negócio. A Indústria Cultural, responsável por mercantilizar a arte e a cultura, tem fins lucrativos e o homem representa o papel do consumidor. Isso significa dizer que a indústria do entretenimento é a responsável por criar as necessidades de consumo. Os autores destacam que as ações da Indústria Cultural, ao se tornarem sólidas, agem coercitivamente sobre as necessidades dos consumidores, de modo a fabricá-las; dirigi-las e adestrá-las. Essas ações induzem os usuários a demonstrarem identificação dócil e quase imediata com os itens ofertados (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

O principal meio de standardização das necessidades é a linguagem utilizada pela cultura de massa e dentre as que exerceram maior influência sobre as sociedades do século XX encontra-se a indústria da música. O paradigma sustentado pela Teoria Crítica dos frankfurtianos, no entanto, sofreu rupturas significativas na pós-modernidade, uma vez que o indivíduo contemporâneo não se satisfaz em ser meramente um admirador do espetáculo musical. De acordo com Janotti Junior (2007, p.03):

percebe-se as tessituras que permitem a afirmação da música popular massiva como um campo, o que pressupõe o reconhecimento de uma linguagem própria, acúmulo de capital simbólico por parte dos atores envolvidos nas práticas musicais, utilização específica das tecnologias de gravação/reprodução/circulação, manipulação dos elementos plásticos dos sons e apropriações culturais ligadas às afirmações de autonomia das expressões musicais (JANOTTI JUNIOR, 2007, p. 03).

Na atualidade, para a experiência do público se tornar completa, ele necessita participar efetivamente e colaborar na construção do produto, tornando-se um sujeito ativo, uma consequência do fenômeno das mídias de função pós-massiva (LEMOS, 2007). Segundo o autor, a produção pós-massiva “é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bi-direcionais (todos-todos), diferente do fluxo unidirecional (um-todos) das mídias de função massiva” (LEMOS, 2007, p. 125).

Nesse sentido, Santaella (1996) reforça que a cultura feita *pela* massa e *para* a massa tornou-se um processo híbrido. De acordo com a autora, não há mais hiatos entre o erudito e o popular, “o formal e o informal, o central e o periférico, o antigo e o novo” (SANTAELLA, 1996, p. 23). Afirma ainda que não se deve julgar os conteúdos de massa

como sendo produtos de qualidade inferior, dado que há inúmeros outros aspectos subjetivos desconsiderados que necessitam ser avaliados, como os sinais, códigos e signos que permeiam essas mensagens. Tendo a cantora Anitta como exemplo, Dias (2019) descreve uma fala da artista carioca em uma palestra internacional<sup>5</sup>:

Antes de cantar, eu nunca tinha ido à Zona Sul do Rio de Janeiro. Então é muito difícil você cantar o 'barquinho vai, a tardinha cai' se você nunca viu essas coisas. O funkeiro canta a realidade dele. Se ele acorda, abre a janela e vê gente armada e se drogando, gente prostituindo, essa é a realidade dele. Pra mudar as letras do funk, você tem que mudar antes a realidade de quem está naquela área (ANITTA apud DIAS, 2019, p. 148).

Desta forma, é necessário investigar o contexto de um bem cultural e toda a sua complexidade ao invés de simplesmente afirmar que o mesmo se trata de um produto de gosto duvidoso. Esta visão foi validada por pensadores como Richard Hoggart, Raymond Williams, E.P Thompsom e Stuart Hall, que formaram a corrente dos Estudos Culturais desde a década de 1960, na Inglaterra. A partir desse movimento, houve a ampliação do conceito de cultura, a legitimação das manifestações artísticas da classe trabalhadora e o reconhecimento dos produtos culturais considerados populares enquanto objeto de pesquisa científica.

Martin-Barbero (2002), teórico que investiga o fenômeno da cultura de massa na América Latina defende então a reinvenção das demonstrações culturais e a reivindicação dos menos privilegiados por mais espaço, sobretudo na mídia. O cenário proposto pelo autor tem se concretizado, dado o poder de fala adquirido por determinadas classes, sobretudo na utilização dos recursos digitais para a produção musical. Toffler (2014) designa o perfil desse receptor como *prosumer*, denominação dada àquele indivíduo que produz e consome esses produtos simultaneamente.

Como exemplo, ainda permeando a esfera do *funk* brasileiro, o estilo musical propagado por quem vive nas periferias rompeu as barreiras sociais e se consolidou como indústria. O produtor de clipes populares Kondzilla tornou-se referência no segmento e em 2017, seu canal no YouTube foi considerado o maior do Brasil. Segundo o portal G1 (2017)<sup>6</sup>, o número de visualizações ultrapassou os 5,5 bilhões, valor expressivo nos dias

---

<sup>5</sup> *Brazil Conference*, evento da comunidade brasileira de estudantes da Universidade de Harvard e do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts).

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/musica/noticia/kondzilla-vira-maior-canal-do-youtube-no-brasil-e-quer-dominar-funk-alem-de-clipes.ghtml>>.

atuais, considerando a competitividade no âmbito digital. “Sou negro, da favela, sem sobrenome italiano”, disse o produtor paulista ao portal de notícias.

Nem só de *funk* vive as periferias. Na percepção de Moassab (2011), por meio dos processos de colonização, imigração, globalização e, conseqüentemente, da facilidade de acesso às tecnologias de comunicação e informação, estilos como o *rap* e o *hip hop* se incorporam cotidianamente à cultura popular brasileira. Segundo a autora, tornaram-se constantes as trocas culturais entre os continentes. A música europeia influencia a produção norte-americana, que por sua vez colabora na construção musical brasileira, que acrescenta ao processo suas influências culturais indígenas e africanas, formando uma configuração artística nacional própria. O tópico a seguir tratará desta temática.

### ESTILOS MUSICAIS HETEROGÊNEOS: A INTERCULTURALIDADE DOS RITMOS

Antes de abordar o fenômeno da interculturalidade na música, torna-se necessário o reconhecimento da existência de culturas plurais, isto é, o entendimento acerca do conceito de diversidade cultural e das possibilidades de surgimento de subculturas geradas por meio da intersecção de sociedades distintas. Para Bhabha (2001) novas materialidades culturais se originam nos entrelugares.

[...] O que é teoricamente inovador e politicamente crucial é a necessidade de passar além das narrativas de subjetividades originárias e iniciais e de focalizar aqueles momentos ou processos que são produzidos na articulação de diferenças culturais. Esses “entre-lugares” fornecem o terreno para a elaboração de estratégias de subjetivação -singular ou coletiva –que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria ideia de sociedade (BHABHA, 2001, p. 20).

No Brasil, Oliveira, Oliveira (2014) cita a inserção do *hip-hop* nas aldeias indígenas de Dourados – MS. Embora tímido se comparado aos grupos urbanos desta modalidade, o grupo formado na tribo usa a música como um instrumento de manifestação cultural e ativação política. “A *batida*, segundo eles, é igual, mas as letras tratam da realidade indígena, que é, de acordo com os integrantes, de preconceito contra os índios e miséria nas aldeias” (OLIVEIRA, 2014, p. 5). Ao observar a perspectiva desta autora somada aos estudos de Moassab (2011), compreende-se o *hip hop* como um exemplo de objeto intercultural, fruto de entrelugares, movimento que não se trata simplesmente de música, mas de uma reunião de elementos sociais, econômicos e políticos.

A respeito do significado de interculturalidade, Araújo *et al* (2018, p. 30-31) explica que “designa a coexistência de formas culturais ou de grupos com culturas diferentes no seio das sociedades modernas. Contudo, o termo se tornou um modo de descrever as diferenças culturais num contexto transnacional e global”. A palavra substituiu o conceito de multiculturalidade, que poderia ser considerado defasado devido ao cunho eurocêntrico de origem. Os autores afirmam que o multiculturalismo dá ênfase aos elementos que contribuem na formação da identidade dos países do norte, preterindo a produção cultural marginal e local de países em desenvolvimento.

Em contrapartida, a interculturalidade abrange não só os elementos culturais de todas as nações, como as produções resultantes dessas misturas, algo recorrente, sobretudo em tempos de globalização e recriação cultural constante (ARAÚJO *et al*, 2018).

Visto isso, torna-se admissível partir para uma análise da interculturalidade na música brasileira. Esta, ocasionada pelos recorrentes entrelaçamentos culturais, resultam em uma fusão de estilos musicais, considerando as mais diversas misturas como fenômenos culturais possíveis.

Duarte e Fiuza (2014) explicam que os deslocamentos geográficos realizados pelos músicos facilitam as trocas culturais e dão ênfase ao exílio ocorrido no período da ditadura na América-Latina<sup>7</sup>, que permeou as décadas de 1960 e 1980. Segundo os autores, os músicos exilados se uniram em prol da solidariedade e da necessidade de manifestarem artisticamente suas impressões diante de tais acontecimentos. Esses diálogos, por sua vez, resignificaram a identidade cultural e, por consequência, musical dos envolvidos.

Nesse processo, consideramos que os músicos puderam ampliar, desconstruir e/ou reconstruir identidades e fronteiras culturais através da música. Ao articularem novas práticas e discursos a partir de sua trajetória artística enquanto exilado, demonstram que, para eles, o exílio não representou apenas a “perda” de referências do lugar de origem, mas também abriu novas possibilidades de criação e experimentação no campo estético e político, produzindo identidades sociais híbridas e novas estruturas estético-musicais para seu trabalho. Assim, mais do que simplesmente forçar a readaptação ou sobrevivência artística e política, o exílio permitiu a estes artistas refazerem suas próprias trajetórias, redefinindo identidades musicais e políticas híbridas, ao mesmo tempo em que iam tecendo sua condição enquanto músicos (DUARTE; FIUZA, 2014, p. 2-3).

---

<sup>7</sup> A ditadura, neste período, impactou os países Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai e Chile.

Canclini (2003, p. 19), pesquisador da cultura latino-americana, define hibridismo como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”.

Já Vargas (2007) defende que a interculturalidade da música nacional é mais um dos frutos da criatividade dos brasileiros e é pertinente observar de que modo, na atualidade, artistas dos mais diferentes segmentos combinam seus estilos a fim de construir uma música popular brasileira híbrida. Em 2017, o cantor de funk Nego do Borel lançou a canção *Você partiu meu coração* com a parceria de Anitta e Wesley Safadão, cantores que pertencem a estilos musicais heterogêneos.

Embora tenha sua origem no *funk* lançando-se como MC Anitta, ao obter alcance nacional e consistência na carreira, a cantora passou a produzir canções com melodias mais heterogêneas e radiofônicas. Segundo o crítico musical Mauro Ferreira (2014):

[...] é sintomático que Umberto Tavares e Jefferson Junior – *hit makers* da Warner Music que compõem tanto para Anitta quanto para nomes como o cantor Fiuk e o grupo de pagode Imaginasamba - assinem com Anitta cinco das oito músicas inéditas do disco, entre elas a música-título *Ritmo perfeito*, faixa que embute toques de r & b e sambalanço. Ou seja, a intervenção industrial no som da artista é cada vez maior (FERREIRA, 2014, *online*).

O jornalista chama a atenção para o enfoque mercadológico na carreira de Anitta, contudo, é pertinente ressaltar e analisar a estratégia da cantora pelo âmbito cultural, a começar pelo ato de utilizar compositores de outros estilos como o pagode e pop e na construção de suas músicas.

O fenômeno se repete com Wesley Safadão, que teve sua origem na banda de forró Garota Safada e hoje apresenta uma trajetória musical que perpassa ainda o sertanejo universitário, o axé e o pop. Há ainda elementos do *funk* nas produções do cantor, como aponta Lynch *et al* (2016). Além de realizar parcerias musicais frequentes com funkeiros, Safadão faz uso de termos como “*Novinha vai no chão*”, título de uma de suas canções e expressão popular na linguagem do *funk*.

Uma forma de tangibilizar o fenômeno intercultural na música popular brasileira se dá pelos eventos musicais, que se tornam cada vez mais heterogêneos. Um exemplo a ser citado é o Rock in Rio. Considerado um dos mais importantes festivais do mundo, o evento surgiu na década de 1980 e privilegiava as bandas de rock, sobretudo, internacionais. De acordo com Müller (2016) o estigma de “Cidade do Rock” fez com que o preconceito com

outros estilos musicais fosse fomentado pelo público ao longo das décadas, todavia, a autora chama a atenção para o paradoxo existente em torno desse pré-julgamento, tendo em vista que o próprio rock é resultado de uma mistura de estilos.

No livro “Rock and roll: uma história social”, Paul Friedlander (2012) percorre a trajetória da criação deste gênero musical descrevendo, de maneira bastante didática, sua origem a partir da união de elementos presentes em estilos tão distintos quanto o country, o folk e as correntes da música negra americana – blues, gospel, jazz e, posteriormente, o rhythm and blues e suas derivações (MÜLLER, 2016, p. 4- 5).

Em sua fase atual, contudo, o Rock in Rio seleciona atrações cada vez mais heterogêneas e se auto-intitula um evento sem preconceito, que apóia a diversidade cultural e abarca os mais diversos estilos, do axé ao funk. Uma demonstração desse posicionamento foi o mote da campanha do Itaú<sup>8</sup> no Rock in Rio de 2017: “O que o mundo separa, a música aproxima”. O reposicionamento do evento foi aceito pelos frequentadores porque o próprio público vivencia um processo de transformação do que ouve. O próximo tópico versará sobre o tema.

### ESTUDO DO OUVINTE: UMA PLAYLIST CADA VEZ MAIS HETEROGÊNEA

Com as facilidades geradas pelas tecnologias e pelos próprios fenômenos decorrentes da globalização, como a interculturalidade, os estilos musicais apresentam uma configuração mais heterogênea, bem como as *playlists* dos ouvintes, compostas por uma diversidade musical nunca antes vista. Para isso, faz-se necessário o entendimento do conceito e histórico das *playlists* musicais.

[...] uma playlist pode ser definida como qualquer grupo de músicas, tipicamente ordenadas, que foi criado no intuito de que estas sejam ouvidas em sequência, ainda que aleatória. Tal termo foi utilizado neste contexto pela primeira vez durante o período inicial de popularização das rádios como meio de comunicação. O uso de sequências de peças musicais como forma de expressar uma determinada ideia, sentido ou sentimento, entretanto, ocorre antes da existência da música gravada, como por exemplo a execução de obras eruditas formadas por mais de uma música. Com a popularização dos computadores pessoais, o termo foi adotado por programas organizadores e tocadores de música. Em sistemas deste tipo, playlists são sequências de músicas para serem executadas tipicamente de forma sequencial sem que seja necessário o usuário ter que selecionar individualmente as músicas enquanto elas vão sendo (AMARAL, 2016, p. 13-14).

---

<sup>8</sup> Patrocinador master do Rock in Rio 2017.

Amaral (2016) salienta a profissionalização do trabalho feito por meio das *playlists* com a formalização dos DJ's<sup>9</sup> que atuam em eventos, no entanto, é perfeitamente possível que um indivíduo comum consiga elaborar uma *playlist* para uso pessoal, de forma personalizada.

As listas de reprodução de arquivos em áudio elaboradas de forma customizada, embora sejam muito comuns na atualidade devido às plataformas *streaming* de música, existem desde o século anterior. De acordo com Moschetta (2017) as pessoas utilizavam o *junkbox*, máquina eletrônica disponível em certos estabelecimentos de alimentos e bebidas, como bares, para escolher a música que desejavam escutar no local. Além disso, as rádios davam oportunidade aos ouvintes de telefonarem e pedirem as músicas que queriam que a emissora tocasse.

Até o século XX, o ouvinte, na perspectiva do autor, era mais apegado a música, pois esta era um bem material que obrigava o indivíduo ir até a loja comprar um disco ou CD; abrir a embalagem; colocar o produto para tocar; rebobinar – no caso da fita k7; mudar o lado - no caso do disco de vinil, e isso proporcionava a construção de um laço mais consistente do ouvinte com as músicas (MOSCHETTA, 2017).

Com a adaptação das músicas ao formato de mídia online, ela se tornou menos tangível e perdeu essa ligação emocional com o ouvinte porque o processo foi facilitado demais, ou seja, isso fez com que as músicas perdessem o seu valor. Para Moschetta (2017), no entanto, o desaparego não é definitivo. As plataformas *streaming* podem fazer com que esse valor seja recuperado à medida que permite ao usuário customizar as suas listas de música. Assim, ele vai revisitando o passado e resgatando memórias. Por isso é importante que o ouvinte crie sua *playlist* ao invés de escolher uma lista de músicas pronta. A criada por ele terá uma construção de valor emocional maior, segundo Moschetta (2017).

A possibilidade de o ouvinte criar sua própria lista de reprodução abre campo para outras discussões e um retorno à questão do hibridismo musical. Scarton (2019) convida o leitor a pensar que a personalização das *playlists* contribui na formação de um ouvinte cada vez mais eclético.

As listas com temática pessoal (de cunho individual ou voltadas a pessoas específicas) também contam com grande variedade musical. Interpreto que isso é

---

<sup>9</sup> Abreviatura de Disk Jockey (disco-jóquei).

uma evidência de uma escuta cada vez mais heterogênea. Devido ao aumento exponencial de acesso à informação e de acesso à reprodução de música, ocorre a hipótese de que as pessoas cada dia conhecem mais grupos e estéticas musicais diferentes e as vão consumindo e organizando não só baseadas em seu próprio gosto musical, mas também em momentos. Com a tecnologia possibilitando a reprodução de música virtualmente em qualquer lugar e ocasião, é cada vez mais provável o aumento dessa heterogeneidade (SCARTON, 2019, p. 17).

Peterson e Kern (1996) reforçam essa perspectiva e definem o comportamento do ouvinte como omnivoridade<sup>10</sup> cultural. Um omnívoro cultural é aquele que ignora o snobismo cultural, quando o indivíduo só aceita ouvir músicas de elite, consideradas da alta cultura e passa a ser mais receptivo aos outros estilos musicais<sup>11</sup>. A omnivoridade cultural gerou a quebra de preconceitos e permitiu que as pessoas ouvissem estilos musicais mais diversificados, tornando as *playlists* mais ecléticas.

Lizardo (2006, p. 81 apud MENDES, 2019, p. 4) afirma que “a natureza eclética da omnivoridade cultural é associada a certos benefícios sociais”. Isso acontece porque essas pessoas são mais flexíveis e conseguem conviver melhor com os demais sujeitos, de culturas diferentes, aceitando com mais facilidade seus hábitos e costumes. Esses pontos de vista dialogam com a corrente dos Estudos Culturais debatida anteriormente nesse estudo, que legitimou o sentido de cultura e democratizou as manifestações artísticas produzidas por todo o tipo de sociedade, contribuindo para um olhar mais holístico e empático acerca da música produzida pelo outro, isto é, um exercício de alteridade.

O uso crescente e recorrente de plataformas *streaming* como o Spotify e o Deezer também contribuíram para que o ouvinte conhecesse cantores e bandas independentes ou de pouca visibilidade nacional e internacional. No século XX, para um músico obter visibilidade era necessário manter relações com as mais importantes organizações da indústria fonográfica e dos grandes veículos de massa como o rádio e a televisão, fator que limitava o conhecimento desses artistas por parte do público. Os receptores, por sua vez, não eram vislumbrados pela sua individualidade devido à crença de que todos recebiam as mensagens da mesma maneira (TEIXEIRA; PINHEIRO, 2016).

Todavia, como visto anteriormente, com o passar dos anos essas tecnologias foram avançando, resultando em coligações culturais e criando novos grupos e subculturas. Como consequência, foi iniciada a criação de inúmeros nichos, onde as pessoas não buscavam

---

<sup>10</sup> O termo “omni” representa algo que abarca muitas categorias formando um todo.

<sup>11</sup> A expressão também é válida para outras artes, como o cinema e a literatura.

mais somente pelos *hits*. De acordo com Anderson (2006) assim, começou uma procura por outros tipos de mercadorias, não importando se estavam no topo, justificando a segmentação audiofônica, resultando em um aumento do número de pessoas em busca de músicas alternativas e exóticas.

A teoria que explica este fenômeno foi desenvolvida por Anderson (2006) e chamada de cauda longa. Esta pode ser aplicada aos mais variados segmentos do mercado, incluindo o musical, tendo como âmbito de atuação atender as necessidades e desejos pessoais de cada grupo de indivíduos que possuem o reconhecimento de uma mesma identidade. Hoje, por meio das ferramentas de busca desses canais ou através das *playlists* automatizadas de acordo com o perfil do ouvinte, a música foi democratizada e o usuário tem acesso a um número muito maior de produtos musicais, implicando no crescimento do mercado de nicho.

### O FUTURO DA MÚSICA: TENDÊNCIAS EM TEMPOS PÓS-MASSIVOS E PANDÊMICOS

Até o momento foram discutidas algumas transformações que ocorreram na esfera musical brasileira nas últimas décadas, no entanto, torna-se válido questionar quais serão os caminhos a serem percorridos pelos músicos e ouvintes nos próximos anos. Uma mudança relevante no mercado artístico pode ser percebida em 2020: a realização recorrente de espetáculos no formato de *lives*. Impedidos de realizar shows presenciais em decorrência do distanciamento social estabelecido durante pandemia do novo coronavírus, os artistas mobilizaram usuários de plataformas como YouTube e redes sociais como o Instagram com performances ao vivo.

A fim de compreender o fenômeno torna-se pertinente investigar as possíveis origens do formato. A configuração atual da *lives* é inédita, no entanto, Oliveira Filho (2014) explica o surgimento da *live cinema* no século XX e sua relação com a música. A *live cinema* ocorre quando há um registro audiovisual da performance ao vivo de um artista. O autor cita como exemplo uma turnê da banda irlandesa U2: “Performances relacionadas a transmissões ao vivo foi tema da turnê *ZooTV* [...]. Telas por todos os lados, câmeras em capacetes e uma rede de televisão eram montadas na turnê. A performance no *ZooTV* era mais que um registro musical ao vivo” (OLIVEIRA FILHO, 2014, p. 11).

Mesmo em ambiente digital, as *lives* já existem há um tempo, contudo, as projeções e os alcances foram potencializados durante a pandemia como forma de entretenimento, sobretudo no Brasil. Izael (2020) aponta os dados:

O cenário virou tendência no Brasil. O sucesso é tão grande que os números são altíssimos e colocaram o país a bater recordes de acessos simultâneos na plataforma. Antes, a marca era de Beyoncé com 458 mil acessos durante a transmissão da apresentação no Festival Coachella, em 2018. Logo, a norte-americana perdeu o posto para os brasileiros: Marília Mendonça (3,3 milhões), Jorge & Mateus (3,1 milhões) e Gustavo Lima (731 mil) que apareceram no YouTube com cenários, estruturas de som e com apoio de grandes marcas (IZAEL, 2020).

Ao refletir sobre as motivações que tornaram as *lives* um formato bem sucedido no Brasil, elencam-se alguns aspectos, dentre eles, a facilidade de acesso aos canais de transmissão do evento. De acordo com Medeiros (2008) a vantagem de uma performance ao vivo transmitida virtualmente é o fato de alcançar um número maior de indivíduos, o que resulta na democratização da arte, proposta tratada por Walter Benjamin (1987). Os ingressos de um show presencial podem custar um alto valor ao público, no entanto, as *lives* virtuais são mais acessíveis, gratuitas em sua maioria e permitem que pessoas que não teriam condições financeiras de assistir aos shows físicos de artistas que admiram acompanhem as apresentações dos mesmos.

Mais um fator que movimenta a audiência é o ineditismo das *lives*. Os espectadores poderiam escolher outros conteúdos de melhor qualidade dos mesmos cantores disponíveis nas plataformas digitais, no entanto, optam pela *live* por se tratar de um espetáculo inédito, um evento que fomenta a expectativa por algo inesperado. Medeiros (2008) acrescenta: “a performance é [...] inédita, efêmera, translingüística, grupal, inter-subjetividade. Ela se inventa a cada atuação, relacionando-se com o espaço específico onde se dá. Improvisado” (MEDEIROS, 2008, p. 24).

Devido à quarentena recomendada durante a crise epidêmica, a população teve que permanecer mais tempo em suas casas, independente da fama ou classe social e isso permitiu que o público se aproximasse das celebridades do meio musical. Nas *lives*, normalmente realizadas em espaços domésticos, os cantores apresentam suas famílias, seus lares e, por muitas vezes, suas fragilidades, como quando um intérprete tropeça no tapete ou bebe em demasia. Isso provoca no público o sentimento de identificação para com o artista. Segundo a teoria dos Olimpianos descrita por Morin (1997), as celebridades podem ser comparadas aos semi-deuses e despertam no público dois

sentimentos: identificação (lado humano) e projeção (lado Deus). Nesse período, a humanização esteve em voga, promovendo o aumento dos níveis de identificação na relação fã-ídolo.

Britto e Braga (2016, p.11) afirmam que “os fãs que se sentem pertencentes ao universo do ídolo promovem divulgação espontânea”. Deste modo, as *lives* aumentaram a visibilidade do artista sem muito esforço, pois implicaram no engajamento dos *prosumers* (TOFFLER, 2014), que postam fotos e vídeos assistindo aos shows nas redes sociais.

Devido ao distanciamento social provocado pela pandemia, os indivíduos sentem falta do contato com o outro conforme afirma Paraguassu (2020) e as *lives* se tornaram uma espécie de experiência empírica da presença, uma forma de ocupar um vazio diante da ausência de sociabilidade, visto que também podem se comunicar com os artistas por meio da interatividade.

As *lives* também se tornaram uma oportunidade para os artistas formarem ou consolidarem uma imagem positiva perante a audiência. Durante o espetáculo, os artistas promovem campanhas de responsabilidade social, arrecadando alimentos para serem doados às pessoas economicamente impactadas pela pandemia. Britto e Braga (2016) ainda reforçam a importância da assessoria de imprensa na construção da imagem de um artista:

Uma imagem bem trabalhada promove a ascensão e gera maiores lucros, tratando a música como um negócio e o artista como uma marca que é vendida. O foco em atividades de assessoria de imagem que enalteçam a valorização é relevante para a ascensão e manutenção da fama de um artista (BRITTO, BRAGA, 2016, p. 11).

Além dos altos valores envolvidos e do grande volume de patrocinadores, alguns cantores brasileiros rentabilizaram as *lives* mais do que outros e cobraram um pagamento do espectador para que esse pudesse assistir as apresentações. Foi o caso da dupla Anavitória (G1, 2020). Mesmo com toda a renda destinada às doações, a atitude demonstra que novas dinâmicas de acesso ao conteúdo de um artista foram estabelecidas durante a pandemia, estratégia que pode permanecer após a crise epidêmica.

Um fato é que diante desse cenário, os músicos se viram na necessidade de se reinventar, buscando novas estratégias para lucrar, se relacionar com o público e possivelmente permanecerão utilizando com mais frequência os recursos digitais para

manter a interação. Nesse sentido, a partir dos apontamentos levantados, avalia-se que a cena musical brasileira contemporânea é diretamente afetada pelas transformações tecnológicas e macroambientais e que a principal característica da música nacional hoje é o hibridismo, dado que o mesmo define os artistas, as canções, o ritmo, o público e os canais de comunicação utilizados para a prática desta manifestação cultural.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos pontos elencados neste estudo acerca da produção musical popular brasileira contemporânea, foi possível considerar inúmeras as transformações implicadas neste campo nas últimas décadas. A primeira delas é o entendimento acerca da comunicação pós-massiva, fenômeno vivido atualmente e que deixa no passado o paradigma do receptor passivo e manipulável, dando lugar a um agente ativo, que não só reage ao emissor como também produz seu próprio conteúdo.

A evolução das tecnologias de informação e comunicação facilita as ações do receptor/ouvinte, tendo em vista que a internet se torna cada vez mais acessível, o que inclui um aumento no número de usuários pertencentes às classes brasileiras menos privilegiadas. Ademais, a cultura muito popular foi legitimada, aumentando seu reconhecimento em nível científico e social, possibilitando a disseminação das manifestações artísticas do local para o global.

Compreende-se ainda a existência de subculturas. Estas se concretizam em movimentos que emergem nos entrelugares, resultando em processos interculturais. O hibridismo musical surge nesses entrelugares e nas trocas entre os povos, facilitados pelas consequências da globalização, como as facilidades de interação pelos meios digitais e os deslocamentos geográficos. Este último também pode ser proveniente de fatores macroambientais, como o exílio ocorrido durante o período da ditadura.

A mistura de estilos musicais provocada pela interculturalidade somadas ao avanço das novas tecnologias contribuiu para a formação de um ouvinte cada vez mais eclético. Ao consumir variados estilos, o indivíduo desenvolve a alteridade, tende a se tornar um ser mais empático e a respeitar a cultura do outro. Isso foi facilitado pela democratização da música nas plataformas *streaming*, que possibilitaram ainda o aumento do mercado de nicho e o acesso aos músicos sem visibilidade nos veículos de comunicação de massa.

Impactados por um fenômeno macroambiental como a pandemia do novo coronavírus, os artistas tiveram que pensar em novas formas de disseminar suas produções

musicais, fazendo uso dos recursos tecnológicos para manter as relações com o público. A estratégia mais utilizada pelos artistas, neste caso, tem sido a realização de shows no formato de *lives*. O formato pode ser considerado bem-sucedido no Brasil pela acessibilidade e por estreitar as relações entre fã e ídolo, contribuindo para um engajamento espontâneo da audiência. As realizações recorrentes das *lives* também colaboraram na formação de novas dinâmicas tecnológicas e mercadológicas na cena musical, aspectos que impactam na imagem e lucratividade dos atores envolvidos.

O presente artigo promoveu reflexões sobre o cenário atual da música popular brasileira, sua configuração histórica e possíveis perspectivas para um futuro cada vez mais híbrido: local e global; presencial e virtual; ouvintes ecléticos; mistura de estilos; fusão de emissores e receptores.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor, HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. 2. ed. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMARAL, Vítor De souza. **Geração Automática de Playlists**: Entendendo As percepções e Expectativas de Criadores Humanos. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2016. Disponível em: <<https://bitly.com/10xWS>>. Acesso em: 24 Mai. 2020.

ANDERSON, C. **A cauda longa**: Do mercado de massa para o mercado de nicho. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus-Elsevier, 2006.

ARAÚJO V. A.; COSTA T. B.; TAVARES M. Multiculturalismo, interculturalismo e pluriculturalismo: debates e horizontes políticos e epistemológicos. **Revista @ambienteeducação**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 29-44, jan./abr. 2018. Disponível em <<http://publicacoes.unicid.edu.br/index.php/ambienteeducacao/article/view/471/436>>. Acesso em: 22 Mai. 2020.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: **Obras escolhidas I**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.

BRITTO, Nagilla Martins de. BRAGA, Claudomilson Fernandes. A Atuação da Assessoria de Imagem no Segmento da Música Sertaneja. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. **Anais...**, Goiânia, 2016. Disponível em <<http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2016/resumos/R51-0357-1.pdf>>.

Acesso em: 18 Mai. 2020.

DIAS, Léo. **Furacão Anitta**. Rio de Janeiro: Agir, 2019.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1993.

FERREIRA, Mauro. 'Ritmo perfeito' arremata a plástica no som (cada vez mais) pop de Anitta. **Blog Notas Musicais**, 2014. Disponível em: <<http://www.blognotasmusicais.com.br/2014/06/ritmo-perfeito-arremata-plastica-no-som.html>>. Acesso em: 12 Mai. 2020.

DUARTE, Geni Rosa; FIUZA, Alexandre Felipe. Músicos latino-americanos no exílio: música, deslocamentos e participação política. **II Jornadas de Trabajo sobre Exilios Políticos del Cono Sur en el siglo XX**. Montevideo, 2014. Disponível em <<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/59741>>. Acesso em: 3 Jun. 2020.

G1. Anavitéria explica lives por R\$ 95; ideia é destinar toda renda para equipe técnica da dupla. **G1 Pop & Arte**, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/04/23/anavitoria-explica-lives-por-r-95.ghtml>>. Acesso em: 4 Jun. 2020.

IZAEL, Adriana. Mercado de entretenimento e artístico abraça as lives durante isolamento. **Correio Brasiliense**, 2020. Disponível em:

<[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/04/27/interna\\_diversao\\_arte,848576/mercado-das-lives.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/04/27/interna_diversao_arte,848576/mercado-das-lives.shtml)>. Acesso em: 5 Jun. 2020.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular. **Interin**, Curitiba, v. 4, n. 2, p. 1-16, 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1144-1.pdf>>. Acesso em: 18 Abr. 2020.

LEMOS, André. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes**, São Paulo, ano 1, n.1, 2007. Disponível em <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38180>>. Acesso em: 22 Mar. 2019.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício de Cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2002.

MEDEIROS, Maria Beatriz de. Performance artística no vivo e ao vivo. **Performance Presente Futuro**. Disponível em: <<http://files.download-de-livros-gratis.webnode.com/200000116-ded6fdfcda/bia-medeiros.pdf>>. Acesso em: 13 Jun. 2020.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MOASSAB, A. **Brasil periferia(s): a comunicação insurgente do hip-hop**. São Paulo: Ed. Educ, 2011.

MÜLLER, Juliana. Consumo e cultura material no contexto do Rock in Rio. **Entremeios**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, 2016. Disponível em: <[http://entremeios.com.puc-rio.br/media/t3\\_v13n1.pdf](http://entremeios.com.puc-rio.br/media/t3_v13n1.pdf)>. Acesso em: 23 Mai. 2020.

NERI, Marcelo (Org.). **A nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV, 2008. Disponível em: <[https://www.cps.fgv.br/ibrecps/credi2/Credi2\\_Apres\\_i\\_Neri.pdf](https://www.cps.fgv.br/ibrecps/credi2/Credi2_Apres_i_Neri.pdf)> Acesso em: 12 Abr. 2020.

OLIVEIRA, Ariadne Freitas Bianchi de. Hip Hop como mediação cultural para povos indígenas. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. **Anais...**, João Pessoa, 2014. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-1374-1.pdf>>. Acesso em: 2 Mai. 2020.

OLIVEIRA FILHO, Wilson. Coleções e performances sonoras como contribuições para compreender o *live cinema*: Passagens de uma arte mnemônica e coletiva. **Artefactum** - Revista de estudos em Linguagens e Tecnologia, v.8, número 1. Disponível em <<http://artefactum.rafrom.com.br/index.php/artefactum/article/view/285>>. Acesso em: 11 Jun. 2020.

PARAGUASSU, Éber Coelho. COVID-19, a relação direta entre o capital, solidariedade e as vidas. **Brazilian Journal of Implantology and Health Science**, v. 2, n. 3, mar. 2020. Disponível em: <<https://bjih.emnuvens.com.br/bjih/article/view/33>>. Acesso em: 13 Jun. 2020.

PETERSON, R.A. e KERN, R.M. Changing highbrow taste: from snob to omnivore. **American Sociological Review**, v. 61, n. 5, p. 900-907, 1996. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/2096460>>. Acesso em: 24 Mai. 2020.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SCARTON, Bernardo Oliveira. **Da mixtape à playlist**: considerações sobre discos, streaming, e sua influência na escuta musical contemporânea. Trabalho de conclusão de curso (Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/206265/001111009.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 Mai. 2020.

TEIXEIRA, Victoria Ragazzi. PINHEIRO, Rose Mara. A Era do Streaming Musical e a Sobrevivência da Cena Independente. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...**, São Paulo, 2016. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0106-1.pdf>>. Acesso em: 24 Mai. 2020.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda**. 32. ed. São Paulo: Editora Record, 2014.

VARGAS, Herom. “O Híbridismo e a Mestiçagem como Instrumentos para o Estudo da Canção na América Latina”. In: **Música e Mídia: novas abordagens sobre a canção**. São Paulo: Via Lettera/Fapesp, 2007.