



Cosmopolitismo estético e consumo na música sertaneja¹

Cristiano Nascimento Oliveira²

Universidade Federal da Bahia

Leonardo Trindade Araújo³

Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

O trabalho aborda o consumo do gênero musical sertanejo, discutindo questões como circularidade cultural e cosmopolitismo estético que estão diretamente relacionadas com as estratégias de ascensão do sertanejo; buscando-se ainda refletir sobre as transformações deste gênero na música popular massiva, que parece estar vivendo um momento de intensa articulação entre o sertanejo e o consumo musical.

Palavras-chave: Cosmopolitismo Estético; Consumo; Sertanejo.

Introdução

E não é que a academia se rendeu à música popular popularíssima? O brega do Norte e do Meio Norte, o brega de Pernambuco, o arrocha, o tecnobrega, o tecnomelody, as rodas de funk (e não de samba!), a Gaiola das Popozudas, a Gaby Amarantos. Todos eles viraram objetos de pesquisa. Em breve, vão virar dissertações e teses acadêmicas. Não é de hoje que o olhar do pesquisador se volta para a música. O que não se via com tanta frequência é uma grande vontade, traduzida em inúmeras pesquisas em andamento, de tentar

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 5- COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismos, práticas contrahegemônicas, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Doutorando em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: noliveira.cristiano@gmail.com.

³ Doutorando em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: trindadearaujo.leo@gmail.com



explicar o que o povo ouve, gosta, dissemina, e que aqueles que defendem a “alta cultura” abominam (NUNOMURA, 2012, ONLINE⁴).

O trecho destacado acima faz parte da matéria “As universidades, a música e o povo”, do jornalista Eduardo Nunomura, publicado no site da revista Carta Capital, e diz muito sobre a atual relação entre a produção acadêmica e as expressões musicais periféricas. Trata-se de um reflexo da ascensão midiática de gêneros musicais que ultrapassaram as fronteiras do seu lugar de origem e consolidaram seu espaço. Dessa forma, conhecer os contextos sociais e culturais que dão forma a esses gêneros musicais e o processo criativo que lhes revigora possibilita lançar o olhar sobre o indivíduo em relação ao seu envolvimento tanto na sua cultura quanto nas demais culturas. Percebe-se o quanto a cultura pop é representativa, principalmente para identificar as relações mais sensíveis que a música nos proporciona.

A cultura midiática dialoga com o público consumidor de música há bastante tempo. No Brasil, práticas como o funk carioca e o tecnobrega paraense conformam elementos importantes no que se refere à cultura pop. Desenvolvidos no ambiente comum do popular, esses gêneros refletem determinados valores culturais e formas de pertencimento e identidade. Parte dessa produção cultural periférica já vem sendo analisada há algum tempo pelos pesquisadores de comunicação e áreas afins. É possível identificar estudos sobre as apropriações *low-tech* no funk carioca (SÁ, 2012); a construção da identidade nordestina no forró eletrônico (TROTТА, 2010); a cadeia produtiva do tecnobrega (LEMOS E CASTRO, 2008); a estética do brega recifense (SOARES, 2012; FONTANELLA, 2005); a cultura do hip-hop no Brasil contemporâneo (HERSCHMANN, 2005), entre outros.

Entretanto, além dessas análises pontuais sobre a produção musical popular, o que nos parece mais interessante nesse cenário, e ainda carente de estudos, são os trânsitos que esses gêneros têm realizado entre diferentes espaços geográficos e

⁴A matéria pode ser conferida no endereço eletrônico <http://www.farofafa.com.br/2012/09/07/as-universidades-a-musica-e-o-povo/6902>.



classes econômicas e, sobretudo, o modo como vem ocorrendo o reconhecimento e valorização desses gêneros musicais, a exemplo do sertanejo, apontado para o crescente consumo do gênero musical para um público diversificado. Reforçamos que não só os pesquisadores estão dando atenção às sonoridades periféricas, mas mencionamos, também, o interesse dos críticos de música, dos jornalistas, entre outros, pois eles têm reconhecido que essas práticas musicais estão repletas de aspectos valorativos e estéticos.

Desta maneira, organizamos o trabalho em duas partes: na primeira, discutimos a noção de cosmopolitismo estético, proposto por Motti Regev (2014), pensando nos trânsitos e nas influências do pop-rock para com a música popular massiva; na segunda, refletimos sobre a articulação entre o sertanejo e o consumo musical.

Cosmopolitismo Estético

Os estudos sobre as experimentações transculturais, os hibridismos, cosmopolitismos e sobre a intensa apropriação e combinação de gêneros musicais ganharam notoriedade nos trabalhos do sociólogo e pesquisador Motti Regev (2014). O pop-rock, segundo o autor, seria a manifestação musical mais relevante, pois se tornou um modelo de exportação e legitimidade genuína da cultura contemporânea. Isso aconteceu, em parte, por causa de fusões do pop-rock com a integração do folclore e de elementos tradicionais da cultura popular.

Regev parte da ideia de que os elementos expressivos que diferentes culturas utilizam para revelar as suas estão muito próximas umas das outras, e, ainda que existam diferenças e singularidades, os processos e instrumentos para expressar essas características são semelhantes. Para explicar este processo, o autor argumenta sobre o conceito de cosmopolitismo estético, entendido como uma formação permanente de uma cultura global e local como uma entidade complexa e interligada, em que todos



os grupos sociais compartilham amplo terreno comum em suas percepções estéticas, formas práticas, expressivas e culturais. Nesse sentido,

[c]osmopolitização estética é o termo mais adequado para descrever este processo na cultura mundial. Isto é, como se pode deduzir a partir de Beck (2006), o termo refere-se à cosmopolita, literalmente, a uma política mundial já existente, enquanto que o termo cosmopolitização refere-se à formação gradual de tal política. Após isso, cosmopolitização estética refere-se à formação permanente, na modernidade tardia, da cultura mundial como uma entidade complexa interligada, em que grupos sociais de todos os tipos em todo o mundo crescentemente compartilham amplas bases comuns em suas percepções estéticas, formas de expressão, e práticas culturais. Cosmopolitismo estético refere-se, então, à cultura mundial singular já existente, a situação alcançada após os itens acima (REGEV, 2014, p. 3).

Os acordos que tornam possível essa cosmopolitização são resultados de um processo em que as formas expressivas e práticas culturais utilizadas pelas nações em sua maioria e por grupos que estão inseridos nelas, para significar e realizar o seu sentido de singularidade, gradualmente compartilham grandes proporções de um terreno comum estético. É um processo de aproximação estética intensa, de sobreposição, e conectividade entre as nações e etnias, ou, no mínimo, um ponto no qual a singularidade cultural de cada nação ou etnia não pode deixar de ser entendida como uma unidade dentro de uma entidade complexa. Isso explica como o pop-rock vem sendo apropriado em diferentes culturas, com traços semelhantes e distintos em cada país.

Em suma, o cosmopolitismo estético pode servir como uma ferramenta altamente adequada para explicar o surgimento, a legitimação e a consolidação da música do mundo, o pop-rock, e seu florescimento na cultura global; dessa maneira o próprio gênero é um caso empírico para entender como o cosmopolitismo estético pode ser caracterizado, esclarecido e explicado. Regev discute exemplos do mundo do



pop-rock não anglo-americano, focando principalmente nos casos de Israel e Argentina, bem como Espanha, China, Japão, Índia e do Brasil.

Essa percepção de rock como uma cultura coesa provavelmente tem a ver com o modo como o pop-rock foi se espalhando de forma imponente em culturas que não possuem o inglês como língua materna ou oficial. Nesse sentido, o mecanismo da globalização cultural é o ponto chave da circulação do pop-rock em diversos países, reconfigurando a difusão mundial de produtos, artefatos e atividades determinadas pelo trabalho criativo e que contêm significados simbólicos diversos. Essa globalização cultural é entendida por Regev como um primeiro passo para o estabelecimento de um cosmopolitismo estético dos produtos culturais:

Materiais culturais que se originam do fluxo Ocidental para países não ocidentais, onde são percebidos como modelos de modernidade. Ansiosos para participar na cultura moderna, ainda relutantes em abraçar plenamente a variante ocidental da modernidade, artistas e consumidores noutros países adaptam seletivamente elementos e componentes desses materiais e os funde com materiais tradicionais nativos. Isto lhes permite preservar um senso de singularidade local, enquanto ao mesmo tempo se sentem participantes na evolução recente da cultura moderna. Além disso, alguns dos produtos culturais criados desta forma em países não ocidentais fluem para países metropolitanos, e são saudados como verdadeiras, ainda que 'exóticas', expressões da cultura contemporânea, e, por vezes, exercem alguma influência e inspiração nos artistas ocidentais (REGEV, 2014, p. 5).

Isso significa que o funcionamento desse circuito eleva a cultura mundial para uma condição em que suas unidades culturais tanto mantêm a exclusividade e distinção quanto exibem uma maior conectividade, sobreposição e proximidade, em resumo, uma condição de cosmopolitismo estético. O circuito da globalização cultural que reforça o cosmopolitismo estético consiste no reconhecimento de uma sensação de paridade, de participação e de adesão, isto é, na qual os autores coletivos e



individuais acreditam serem as fronteiras inovadoras de criatividade e de expressões artísticas na cultura moderna.

A hibridação funde estruturas ou práticas sociais diversas para gerar novas estruturas e circularidades culturais. Às vezes, isso ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico, comunicacional e cultural. Mas, frequentemente, a hibridação surge da criatividade individual e coletiva, com base na circulação cultural e na globalização. Busca-se reverter uma expressão artística (música, dança, cinema, artes plásticas, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-la em novas condições de produção e mercado.

Falamos de hibridação no reconhecimento das culturas heterogêneas, pois o termo designa fusões entre culturas, entre estilos de consumo, de origens, entre músicas locais e globais que ocorrem nas fronteiras e nas grandes cidades. Canclini (1997) reforça que:

É possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações. Ao mesmo tempo, podemos tornar-nos mais receptivos frente aos ingredientes das chamadas culturas populares que são reprodução do hegemônico (CANCLINI, 1997, p. 200).

Vale destacar, que essa hibridação na globalização cultural diversifica as expressões artísticas e não elimina a diversidade cultural, mas, sim, transforma antigas noções de variação cultural em novas. Regev argumenta que a globalização cultural não é apenas sobre fluxos de produtos e significados transportados do ocidente para outros lugares. Assim:

A recepção, a interpretação e a utilização de produtos culturais não são idênticas em todo o mundo. Pessoas em diferentes países ou contextos sociais tendem a decifrar e usar os mesmos produtos – dramas de televisão, *fastfood* – de maneira



que eles se apropriam de sua cultura local. Além disso, os atores em mundos da arte em todo o globo criam suas próprias variantes nativas de formas culturais modernas, por vezes, apresentando-as como expressões de resistência aos hegemônicos ocidentais. Nestas obras, expressões estéticas, elementos estilísticos e componentes de gênero a partir de várias fontes nacionais e étnicas são misturadas e soldadas para atender às preferências e interesses das culturas locais de gosto e formações de identidade (REGEV, 2014, p. 7).

Logo, cosmopolitismo estético é um conceito que melhor reflete a realidade cultural global existente e de modernidade tardia. Contudo, cosmopolitismo estético pressupõe a existência de culturas étnicas e nacionais como espaços de exclusivo conteúdo expressivo, como “ambientes simbólicos aos quais determinados produtos culturais pertencem” (REGEV, 2014). Assim, quando os indivíduos, como membros de uma cultura nacional ou étnica, têm um gosto por produtos culturais ou obras de arte que de forma inequívoca “pertencem” a uma nação ou etnia diferente da sua, eles reiteram o cosmopolitismo estético.

Um dos conceitos apresentados por Regev é o “pop-rockization” (REGEV, 2014). O autor destaca que os estudos de música popular ocorreram por meio de discussões infrutíferas sobre o que é o pop e qual é o rock. Para o autor, “pop” e “rock” são, obviamente, ligadas entre si em suas texturas sonoras e em suas histórias culturais. Elas formam uma categoria musical e cultural que pode ser chamado de música pop-rock”. Esta é assinalada por:

Música conscientemente criada e produzida por meio de amplificação, instrumentos elétricos e eletrônicos, equipamentos de gravação sofisticados (incluindo samplers), através do emprego de certas técnicas de entrega vocal supostamente sem treinamento, principalmente aqueles que significam imediatismo de expressão e espontaneidade e filtrando tudo isso através de edição de som, modificação e dispositivos de manipulação (REGEV, 2014, p. 18).



A estética pop-rock é caracterizada por um constante incentivo à inovação estilística, estimulada tanto por exploração artística como por interesses comerciais. A proliferação de estilos pop-rock se materializa através da crescente sofisticação das próprias tecnologias criativas, maior conscientização e utilização dessas tecnologias por músicos e produtores, ocorrendo um cruzamento entre os estilos e o hibridismo – a tendência de fundir e misturar estilos pop-rock com qualquer outro tipo de música. Em relação à cultura periférica, esse hibridismo nos remete à noção de multiculturalismo que a pesquisadora e professora Ângela Prysthon (2003) apresenta:

O multiculturalismo poderia ser brevemente definido como o momento em que a cultura periférica não apenas passa a ser percebida pela cultura central, como passa a ser consumida na metrópole; o ponto em que a diferença cultural passa a ser encarada como estratégia de marketing. A “diferença” torna-se ponto de partida para a integração ao modelo capitalista global, especialmente em relação aos bens culturais (PRYSTHON, 2003, p. 6).

Ainda de acordo com a proposição da autora, sabe-se que o mercado cultural mundial promove ao multiculturalismo efeitos cada vez maiores na presença de bens simbólicos periféricos junto à cultura de massa, possibilitando, dessa forma, uma utilização da cultura fundando-se na perspectiva da conveniência. A indústria musical, por exemplo, é uma empresa que se move com desenvoltura entre o global e o nacional. Especialista em globalizar, ela cria condições para que circulemos entre diversas escalas da produção e do consumo, logo, os gêneros musicais são utilizados também como importantes agenciadores tanto na indústria cultural quanto no consumo da música e nas políticas culturais de cada localidade.

Prysthon reitera que as teorias pós-modernas articulam outras extensões acerca do cosmopolitismo. Da mesma forma que Regev, a autora argumenta a negociação do global com o local no cosmopolitismo, uma vez que as referências hegemônicas estão o tempo todo se dissolvendo em lugares distintos. Do centro para a periferia, a ideia de cosmopolitismo periférico, proposto por Prysthon, é exemplificar a valorização do



periférico, do nacionalismo exótico e de como a cultura mundial influencia os movimentos e a disseminação de diversas culturas. Para a autora:

A evidente globalização em diversas esferas da sociedade – entre elas economia e cultura –, a insistência pelo relativismo cultural e o estabelecimento de um ciberespaço agora como realidade e não mais alucinação futurista são algumas das razões mais importantes para essa redefinição do cosmopolitismo. Basicamente, entretanto, a emergência dessa sociedade pós-industrial com todas as suas nuances, entre elas a valorização do periférico, do exótico, do excêntrico (refletidos no multiculturalismo), desestabilizam a força centralizadora das metrópoles modernas. O cosmopolitismo pós-moderno vai ser diferente sobretudo porque ele não supõe necessariamente um ponto norteador (algo essencial no cosmopolitismo moderno, como fica claro, por exemplo, através da obra de Walter Benjamin sobre as passagens de Paris).

Isso não significa, contudo, que deixem de existir os grandes centros de onde emanam as tendências culturais. É óbvio que as grandes metrópoles do mundo moderno continuam a exercer influência e determinar o cânone cultural ocidental (PRYSTHON, 2002, p. 93 e 94).

Uma primeira conclusão, para Prysthon, é de que cada vez menos importa qual o lugar em que se está, mas, sim, como é possível a informação fluir de forma mais rápida. Assim, o cosmopolitismo tem uma relação direta com o desenvolvimento tecnológico e com os suportes de comunicação. Ou seja, o crescimento exponencial de estilos próprios do pop-rock com uma tendência híbrida, cosmopolita dentro da música pop-rock, para mesclar e fundir com outros estilos e gêneros, tem contribuído para um processo pelo qual a estética pop-rock tornou-se a força dominante na música popular mundial, marginalizando outros estilos e gêneros da música popular.

Regev (2014) acrescenta que o pop-rock tem sua consolidação e legitimação como uma arte musical contemporânea, como um representante da modernidade universal, mas também como uma expressão viável do nacionalismo musical na modernidade tardia em muitos países. Isso significa um conjunto de processos que



fazem do pop-rock uma grande manifestação de cosmopolitismo estético. Dessa maneira, podemos argumentar que o pop-rock é um expoente do cosmopolitismo estético, isto é, um gênero global da produção cultural, mas que é acionado por formas e culturas diversas.

Consumo e Ampliação do Gênero Sertanejo

O sertanejo é um dos gêneros musicais que mais cresce e é consumido no Brasil e em outras partes do mundo, isso pode ser compreendido pelo fato do estilo ser veiculado nas mais diversas plataformas de comunicação: rádio, TV e internet. O número de duplas sertanejas é outro fator importante, uma vez que o mercado musical sempre aposta em novos sons e em seus artistas.

Desde a década de 90 que artistas sertanejos ganharam espaços no circuito musical brasileiro (Chitãozinho e Xororó; Leandro e Leonardo; Zezé de Camargo e Luciano; João Paulo e Daniel, entre tantos outros), são exemplos de atores que se destacaram na época e que abriram portas para que outros artistas começassem a se lançar no mercado musical. O pesquisador, Jeder Janotti (2006), já argumentava que a música sertaneja remetia ao “*agrobusiness*, aos rodeios, ao ‘mundo pop’ dos grandes produtores de grãos”, e que essa demanda mobilizava um público cada vez mais intenso.

A modernização de alguns gêneros musicais tornou-se inevitável, já que a circulação cultural e o cosmopolitismo estético entre estilos musicais ganharam ainda mais força. A tecnologia proporcionou que a produção, circulação e distribuição de música fosse ainda maior, e com isso, uma maior interação com as demais produções musicais. Um bom exemplo seria como o forró tradicional se modernizou com a entrada dos equipamentos eletrônicos, com o surgimento do forró eletrônico.

No caso da música sertaneja, houve uma “repaginada” no estilo, o transformando em mais pop e jovem, absorvendo características de outros gêneros musicais, como a música pop norte americana, essa absorção é entendido por Regev



(2014) como cosmopolitismo estético. Sendo hoje mais conhecido como sertanejo universitário. Podemos dizer que o gênero, atualmente, é representado por fenômenos de vendas como Luan Santana, Michel Telo e Gustavo Lima, Amaral e Kehl (2013), apontam que o sertanejo universitário,

deu uma nova roupagem às letras românticas do sertanejo de viés mais pop dos anos 90. O ritmo é mais acelerado, misturando elementos de axé e forró, utilizando instrumentos como teclado e guitarra. As temáticas ainda são urbanas e de amor, mas, sintonizadas com os tempos atuais, cantam os relacionamentos breves e a procura por diversão.

Nesse sentido, a circulação de música pela sociedade ocorre essencialmente através de empresas que produzem, divulgam e comercializam os diversos gêneros musicais. Canclini (1999), ressalta que o consumo pode ser definido como um “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos”, uma vez que esses processos estão ligados a uma prática da comunicação. Assim, Trotta (2005), acrescenta que “todas as práticas musicais são atos de consumo e através delas as pessoas e os grupos sociais realizam uma complexa atividade de trocas simbólicas”. O autor ainda reforça que:

[c]onsumir uma canção ou qualquer outro produto é participar de um ‘sistema simbólico’ e associar-se a determinadas representações do produto consumido, ou seja, trata-se de um ato de identificação cultural. Através do consumo ‘a cultura expressa princípios, estilos de vida, ideais, categorias, identidades sociais e projetos coletivos’. Ao participar de experiências musicais, entramos em contato com essas representações e as compartilhamos com outras pessoas, construindo afinidades e identidades. Para que este processo se torne possível o sistema simbólico do consumo deve passar por uma ordenação que possibilite sua apropriação e seu uso, estabelecendo algumas regras que organizem o amplo universo de ofertas musicais.

No caso do sertanejo universitário, mesmo diante da oferta musical o gênero vem se destacando e se tornando cada vez mais popular. Na matéria do jornalista do Zero Hora, Gustavo Brigatti, intitulada “Antes lanterninha, sertanejo hoje lidera todos



os rankings que interessam, o crítico reforça que o gênero domina o top 10 do rádio e é o que mais arrecada em direitos autorais. Segundo o jornalista:

Até a segunda metade dos anos 2000, o sertanejo era um gênero claudicante no top 10 das rádios. Sem força para competir com estrelas internacionais, como **Beyoncé**, **Rihanna** e afins, chegou a amargar um 17º lugar em 2007. A coisa mudou com a entrada de **Victor & Leo**, que emplacou *Tem que Ser Você* no número 8 em 2008. A partir daí, o gênero brigaria de igual para igual com outros estilos, chegando ao massacre de 2011, quando ocupou 9 de 10 posições entre as mais ouvidas no rádio no Brasil. (BRAGATTI, ONLINE, 2015)⁵.

Nessa perspectiva, a música sertaneja atual vem conquistando seu espaço por ter dado uma repaginada no estilo. “O ritmo é mais acelerado, mais parecido com o country americano ou com o pop. Isso faz com que o público se identifique, e o mercado, por consequência, se amplie”, argumenta Bragatti (2015). Seguindo esse caminho, voltamos no que Trotta (2005), aponta sobre outros gêneros musicais, “‘Samba’ e ‘rock’ são demarcadores de hábitos de consumo, cujos códigos e convenções são reconhecidos pela coletividade funcionando como uma espécie de ‘porta de entrada’ para a construção de sentidos e identidades musicais”, com isso, pensamos que se o rock é uma “porta de entrada”, essa cosmopolitização estética é a chave para fazer com que outros gêneros musicais possam ser ainda mais consumidos.

As duplas sertanejas normalmente nascem nas regiões Centro-Oeste, interior de São Paulo e do Paraná, no entanto, o processo de desterritorialização vem aumentando e diluindo para outros estados, sendo assim, artistas de outras regiões começam a criar duplas ao estilo sertanejo universitário. Um bom exemplo é o recente cantor, Lucas Lucco, mineiro de Patrocínio (atualmente, mora no Centro-Oeste) que já vem se destacando no cenário musical brasileiro. Bragatti (2015), enfatiza que:

No universo da música digital, o sertanejo também já mostra seu peso. *Mozão*, de **Lucas Lucco**, foi o videoclipe mais visto pelos brasileiros no **YouTube** em 2014. Na loja virtual **iTunes** e no serviço de streaming **Deezer**, dos 10 álbuns mais ouvidos no Brasil,

⁵ Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/02/antes-lanterninha-sertanejo-hoje-lidera-todos-os-rankings-que-interessam-4707039.html>> . Acessado em: 20/07/2015



quatro são de sertanejo. No **Spotify**, a proporção é um pouco menor: de 10, dois são sertanejos.⁶

Diante dessas práticas musicais, que apontam para gêneros e circuitos de experiência musicais de grande relevância para a população. Podemos observar que como Trotta (2014), o “mais interessante do que buscar práticas musicais que sejam próprias ou diretamente relacionadas a determinados setores da sociedade seria pensar em determinadas músicas que apresentam narrativas, sonoridades e temáticas que atingem de modo mais amplo a população”. Ou seja, os repertórios são apropriados por sujeitos de diversos estratos sociais, fazendo com que o “funk, pagode e sertanejo são alguns dos gêneros musicais que se associam no imaginário nacional a um contexto popular, absorvendo estereótipos específicos sobre as predileções, desejos, estilos de vida e hábitos culturais do ‘povo’ (TROTТА, 2014).

Contudo, transformações significativas estão ocorrendo na música e nos meios de comunicação. Estamos vendo a reestruturação dos espaços e a produção de uma nova geografia, caracterizados por redes sociais globais e por novas formas de atividade local, principalmente nos entornos das periferias. Nossas percepções de espaço e lugar estão sendo significativamente reconfigurados. Cada vez mais temos de pensar nas fronteiras culturais.

Considerações Finais

Nesse sentido, a profusão de discursos e juízos sobre músicas na contemporaneidade, de novas e variadas concepções de produção, circulação, performance, escuta e gosto musical, das articulações entre mudança cultural e agenciamentos de centro e de periferia, o que está “dentro” e “fora”, são questionamentos que nos levam a pensar na globalização cultural. Principalmente do encontro entre o “nacionalismo exótico” e a linguagem universal da produção musical

⁶ ⁶ Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2015/02/antes-lanterninha-sertanejo-hoje-lidera-todos-os-rankings-que-interessam-4707039.html>> . Acessado em: 20/07/2015



hegemônica, como também da ambiguidade encontrada nas relações de poder, em que a cultura do pop-rock norte-americano tende a influenciar ainda mais nas práticas musicais pretensamente subalternas.

Já em relação ao cosmopolitismo estético, pensado por Regev, se corporifica em uma discussão teórico-conceitual. O autor que aborda temas correlatos incluindo globalização, mídias e tecnologias, tudo isso em relação ao formato do pop-rock norte americano e sua apropriação em diversos países. O cosmopolitismo estético é uma lógica cultural que serve como um modelo composto, essencialmente pela história e dinâmica do pop-rock anglo-americano, que tem funcionado como uma força dominante de liderança na música pop-rock, em vários países. Percebido desde cedo como a expressão musical da modernidade, tornou-se objeto de culto em todo o mundo, a arte musical a ser seguida e abraçada (REGEV, 2014), otimizando uma transformação do nacionalismo musical ao longo da estética pop-rock. Por isso, pensamos o sertanejo é um dos gêneros musicais pop brasileiros.

Referências

- AMARAL, A. R. ; KEHL, C. . **Indie ou Sertanejo?** Apropriações de dois gêneros musicais através do elemento xadrez no aplicativo Instagram. *Temática* (João Pessoa. Online), v. 9, p. 1-18, 2013.
- CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade.** 6ª ed. São Paulo: EDUSP, 2013.
- _____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.
- FONTANELLA, F. I. **A Estética do Brega: Cultura de Consumo e o Corpo nas Periferias do Recife: dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco.** Recife, 2005. 138 f.
- HERSCHMANN, M.; Fernandes, C.S. **Territorialidades Sônicas** e ressignificação de espaços do Rio de Janeiro. *Logos* (UERJ. Impresso), v. 18, p. 6-17, 2011.
- JANOTTI JR, Jeder. **Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia.** *Revista Comunicação, Mídia e Consumo.* V3, N7. 2006.
- LE MOS, R. CASTRO, O. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música.** Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.



PRYSTHON, Â. F. **Margens do Mundo: A Periferia nas Teorias do Contemporâneo.** In: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: Intercom 2003.

REGEV, M. **Pop-rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism in Late Modernity.** Cambridge: Polity Press. 2013.

SÁ, S. M. A. P.. **Apropriações low-tech no funk carioca: a Batalha do Passinho e a rede de música popular de periferia.** Revista Fronteiras (Online), v. 16, p. 28-37, 2014.

SOARES, T. **As Conveniências do Brega.** In: JANOTTI JR, J. S.; SÁ, S. P. (Orgs.). Cenas Musicais. São Paulo: Ed. Anarco, 2013.

TROTTA, Felipe C. . **Música e mercado: a força das classificações.** Contemporanea (Salvador. Impresso), Salvador, BA, v. 2, n.2, p. 181-196, 2005.

_____. **Autonomia estética e mercado de música: reflexões sobre o forró eletrônico contemporâneo.** In: Simone Pereira de Sá. (Org.). Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. 1ed. Rio de Janeiro: Sulina ; Globo Universidade, 2010, v. 1, p. 249-266.

_____. ROXO, Marco A. . **O gosto musical do Neymar: pagode, funk, sertanejo e o imaginário do popular bem sucedido.** Revista Eco-Pós (Online), v. 17, p. 1/6-12, 2014.