

A Construção do Fenômeno Wesley Safadão Pela Mídia¹

André Luiz de Mesquita VIEIRA²

Joseyson Fagner dos SANTOS³

Universidade Do Estado do Rio Grande do Norte, UERN.

RESUMO

Nesta pesquisa abordaremos o forró, a banda Wesley Safadão e Garota Safada como a principal precursora do ritmo no momento. Vamos explanar sobre as principais mudanças no ritmo que se originou no Nordeste e, principalmente, discorrer sobre como a indústria cultural e fonográfica lucram com este produto: Wesley Safadão. Pesquisaremos o principal nome do gênero na atualidade para tentar detectar como o público se identifica com suas letras musicais, além de observar como a banda é divulgada nos meios de comunicação e verificar como suas aparições em programas de TV contribuíram para o seu sucesso a nível nacional, bem como o mesmo é recebido pelos apresentadores e qual imagem do artista tentam passar ao público.

PALAVRAS-CHAVE: forró; indústria cultural; mídia; Wesley Safadão.

INTRODUÇÃO

O forró é uma dança popular que se originou na região Nordeste. Essa dança é acompanhada de música que levou o mesmo nome. As composições do gênero musical forró inicialmente possuíam temáticas ligadas a cultura da região e ao que o homem do campo e do Nordeste vivenciava em seu dia a dia. O forró quando surgiu era ritmado por meio do triângulo, da sanfona e da zabumba, o chamado forró “pé de serra”. Até os dias de hoje não se tem um consenso sobre o surgimento do forró, alguns pesquisadores e historiadores defendem diferentes versões de como o ritmo teria surgido e se concretizado. Em pesquisas na internet podemos perceber que existem pelo menos três versões para o surgimento do forró.

A primeira, muito provavelmente a mais conhecida, é a que afirma que o termo surgiu no final do século XIX, nas construções das estradas de ferro no Nordeste pelos ingleses. Essa frente diz que eles realizavam festas frequentemente, mas nem sempre abertas à

¹ Trabalho apresentado no Intercom Jr, na categoria Interfaces comunicacionais, do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de graduação 7º. Semestre do curso de Comunicação Social da FAFIC-UERN, email: andreluiz-1993@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da FAFIC-UERN, email: jofagner.edu@gmail.com.

população. No entanto, quando a festa era aberta à todos, escrevia-se na entrada "For All", que significa, "para todos". Assim, o termo Forró teria surgido como variação da pronúncia dessa expressão inglesa citada. A segunda versão é bastante semelhante, porém, quem realizariam as festas seriam os soldados norte-americanos durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). O termo forrobodó, é uma expressão africana, que segundo o historiador Norte-Rio-Grandense Câmara Cascudo significa "algazarra", "festa para a ralé", "arrasta-pé", é mais antigo que as duas outras versões. Além dessas, segundo Aurélio Buarque de Holanda, "forró" é a contração de "forrobodó". Em sua obra Forró no Asfalto, Silva (2003) afirma que:

Quando esse termo surgiu, não se referia a um gênero musical ou a uma dança: era o lugar onde as pessoas iam dançar. As pessoas falavam "Vamos pro forró", assim como falavam "Vamos pro samba" (...) Sendo *for all* ou *forrobo* a origem do termo, ambas refletem um fundo sociológico comum, isto é, dizem respeito ao universo do merecido lazer após a jornada de trabalho. A palavra e o gênero musical remetem não apenas ao período das construções de ferrovias, mas ainda hoje ao ambiente de lazer nos quais os nordestinos que habitam as metrópoles encontram amigos e matam saudades da terra natal" (SILVA, 2003, p.72)

A breve explicação sobre o ritmo forró se faz necessária, pois neste trabalho iremos pesquisar o principal nome do ritmo na atualidade, tido como show mais caro do Brasil e diversas matérias publicadas em portais especializados na internet e destaque em programas de TV. Trata-se de Wesley Oliveira da Silva, mais conhecido nacionalmente como Wesley Safadão. Sua trajetória musical teve início por volta do ano de 2003, com o surgimento da banda Garota Safada e a gravação do CD volume 1, gravado em estúdio, com gravadora independente. Originada em Fortaleza, capital do Ceará, a banda era comandada por Valmira de Oliveira, mais conhecida como Dona Bil, mãe do vocalista Wesley Safadão. O grupo musical que iniciou sua trajetória de forma humilde foi crescendo, a cada ano gravava seus CDs de maneira independente e ia caindo no gosto do público forrozeiro.

Portanto, na nossa pesquisa iremos abordar como a indústria cultural e fonográfica lucram através da exploração da marca, tendo como base o fenômeno Wesley Safadão, que saiu do Nordeste e hoje é considerado um dos maiores cachês entre os artistas musicais do Brasil, com aproximadamente 26 shows por mês. Buscaremos saber como o público se identifica com o artista e suas letras, quais principais meios de divulgação da banda e verificar suas aparições em programas de TV da Rede Globo, observando como ele é recebido pelos apresentadores. Para realização deste trabalho utilizaremos a Metodologia de

Pesquisa Bibliográfica e documental, fazendo clipagens de suas aparições nos programas de TV. O trabalho de pesquisa acerca deste tema se justifica por ser algo bastante e voga atualmente e está diretamente ligado a mídia, contexto social e se utilizar dos meios de comunicação para produção ou exibição de um ‘fenômeno’.

REFERENCIAL TEÓRICO

SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA BANDA

A trajetória musical de Wesley Oliveira da Silva, mais conhecido como Wesley Safadão, teve início no ano de 2003, com o surgimento da banda Garota Safada e a gravação do CD volume 1, gravado em estúdio, com gravadora independente. A banda se originou em Fortaleza, capital do Ceará, sendo comandada inicialmente por Valmira de Oliveira, mais conhecida como Dona Bil, mãe do vocalista Wesley Safadão. O grupo musical que iniciou sua trajetória de forma humilde foi crescendo. De 2003 à 2007 gravou seus CDs de forma independente, em estúdios de gravação. Inicialmente trabalhavam na banda irmãos, primos e parentes do cantor. Os primeiros investimentos eram modestos, tirados apenas das economias da mãe de Wesley, Dona Bil, para que pudessem todos sonhar juntos.

A trajetória da banda e do artista começaram a mudar a partir do de 2007, quando em um show da banda no espaço ‘vila do forró’, no São João de Campina Grande-PB, Wesley foi apresentado informalmente a um dos mais respeitados empresários do show business no Brasil, Luiz Augusto Nóbrega – diretor da Luan Promoções e Eventos, do Chevrolet Hall, Spazzio e Vila Forró. A partir desse encontro informal surgiu a parceria entre a empresa Luan Promoções e Eventos e a banda Garota Safada, assim Wesley Safadão e a banda Garota Safada passaram a ser gerenciadas por Renan Nóbrega, que até hoje cuida da carreira artística da banda.

COMO A INDÚSTRIA FONOGRAFICA E CULTURAL LUCRAM COM ESTE PRODUTO

A indústria cultural lucra bastante e de várias formas por meio dos produtos culturais, principalmente, os que se tratam de cultura popular de massa, como é o caso do forró eletrônico. Hoje em dia, as bandas não vendem mais seus ELPs ou CDs, mas sim, tentam vender os seus shows, sendo este o principal produto da indústria fonográfica e desses grupos artísticos. Logo, com a banda Wesley Safadão e Garota Safada não é

diferente. Toda uma estrutura é montada em torno do artista para que se venda seu show, um momento único na vida de cada pessoa que vai comprar a senha e acompanhar aquele ‘espetáculo’.

Com a tecnologia e a mudança já citada no ritmo do forró, hoje, cada show é realizado com grande quantidade de equipamentos de som e luz. As bandas maiores dispõem de tecnologia de ponta, incluindo luzes de led, fumaças, telões, cores etc, que produzem todo um ambiente favorável para a reprodução do tipo de música e que criam um clima ‘agradável’ para os frequentadores do ambiente. A indústria vende justamente esse momento ‘mágico’ em que o fã vai vivenciar ao estar presente na apresentação. Carvalho (2007) explica como esse processo teve início:

Esse negócio do forró assumiu ares empresariais. Uma das primeiras bandas a se destacar foi a “Mastruz com Leite”, do empresário Emanuel Gurgel. A proposta inicial foi da “linha de montagem”, o empresário controlava um grupo de músicos e a banda não tinha cara, sendo formada pelos que estavam à mão, pelos que estavam disponíveis (...) Inegável que o negócio assumiu grandes proporções. Ampliou-se o mercado. As bandas passaram a ser contratadas para festas de municípios, micaretas, festas de padroeiros (as) (CARVALHO, 2007, p. 608).

Ainda dentro desta forma de exploração da marca, que é a venda de shows. O grupo que administra a carreira artística da banda criou um evento exclusivo da marca, que é o ‘Garota Vip’. Nestes eventos são vendidos um show exclusivo de aproximadamente 4 horas da banda Wesley Safadão e mais algumas bandas de menor porte complementando a noite. O evento criado pela Luan Promoções é próprio do artista e percorre várias capitais do Brasil mostrando o que se tem de melhor no produto Wesley Safadão e Garota Safada. Nesse tipo de show, o artista canta desde as suas primeiras músicas de sucesso até as músicas do momento que estão na ‘boca do povo’. É possível encontrar desde ingressos mais simples, até os que proporcionam que o fã vá para camarotes, frontstages, lounges e ainda os da modalidade que oferecem open bar. Tudo dentro da indústria cultural que busca fascinar o público e através dos vários elementos já citados e transformar aquele momento em inesquecível. É uma característica da indústria cultural, oferecer um novo produto baseado no que já existia, ou seja, o forró com um novo jeito, modelo e conceito, criando um clima para quem está no local e sendo de certa forma uma fuga da realidade para aqueles que compram este produto. Filho (2009) caracteriza a indústria cultural assim:

São características da indústria cultural: a) uma combinação de coisas antigas em produtos novos; b) ela não ser apenas o conjunto das obras

culturais, mas algo que as transcende: em verdade, trata-se de um clima; c) enquanto “clima”, a indústria cultural produz o brilho e o colorido que irão preencher o cotidiano cinzento das pessoas; nesse caso ela é uma pequena fuga do cotidiano, sendo que o que se recebe é o mesmo outra vez (...) (FILHO, 2009, p. 248)

Os shows são as principais fontes de lucro da banda, mas não são a única forma de se vender o produto. Com o grande apelo do público pelo artista, a produtora que gerencia sua carreira criou outros produtos, como, por exemplo, bonés, camisetas, copos, toalhas, bolsas, cases, relógios, pulseiras, etc. Tudo com a marca do artista e que podem ser encontrados de forma online na WS loja (wsloja.com.br). Além disso, mesmo que de forma tímida ainda são vendidos CDs e DVDs da banda.

LETRAS E IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO

Inicialmente disseminado na região Nordeste, com Luiz Gonzaga, hoje em dia o forró já está espalhado por todo o Brasil. Wesley Safadão tem grande contribuição para isso. Com o visual jovem e arrojado, letras de música que falam do amor a ‘ostentação’ e uma banda eclética que mistura o sertanejo e o forró, o artista vem ganhando cada vez mais a admiração e respeito do público, principalmente dos jovens. Após fazer sucesso no Nordeste, iniciou sua carreira a nível nacional. Recentemente, no ano de 2015 gravou DVD em Brasília e hoje está percorrendo e já passou por cidades importantes como São Paulo, Rio de Janeiro, Jurerê etc. Seja pelo carisma do cantor, pelas letras da música ou pelo ambiente criado em seus shows, o público vem correspondendo a expectativa e até superando. Parte desse sucesso podemos atribuir a identificação dos seus fãs e seguidores. Para Filho (2009):

As identidades são constituídas por discursos sobre grupos sociais. A identidade é subjetiva, resultado de processos de identificação, e social, pois a sociedade reconhece grupos a partir de certas características. Novos discursos identitários são produzidos por grupos que procuram sobreviver e agir juntos em novas circunstâncias (...) (FILHO, 2009, p. 237 *apud* LIV SOVIK)

De acordo com este conceito, observamos que os grupos se identificam das mais diversas formas, seja pela letra da música romântica, ao remeter a antigas e futuras paixões, seja pela letra que aborda a ‘ostentação’, com jovens exibindo nas festas bebidas caras e sons automotivos. Uma das músicas românticas mais conhecidas do cantor é a canção ‘tentativas em vão’. A música fez bastante sucesso e embalou os corações apaixonados no ano de 2008. Podemos observar a letra que fala da dificuldade de tirar a pessoa amada da cabeça.

*Se eu soubesse o que fazer pra tirar você da minha cabeça
Um lado diz que quer ficar com você
O outro diz esqueça*

*Mas acontece que meu coração não é de papel
Que a chuva molha e as palavras se apagam
A minha mente gira feito um carrossel
Tentando buscar a saída
Pra tirar você da minha vida*

*Tentativas em vão
Tentar tirar você do coração
Igual querer viver sem respirar
É como querer apagar a chama de um vulcão*

Porém, como já citado, o cantor possui também músicas chamadas de ‘forró ostentação’, mesclando os mais variados gostos e abarcando o público que gosta das músicas românticas e, também, o público que gosta das músicas que falam do homem que tem muito poder financeiro. Aquele que anda com a ‘mulherada’, consome bebidas caras e possui som automotivo potente. Uma das músicas mais recentes que remete a esta temática é a letra da música ‘camarote’, que fala da pessoa que deu a volta por cima depois de um relacionamento e hoje está na balada com bebidas caras e curtindo a vida.

*Como é que você ainda tem coragem de falar comigo?
Além de não ter coração, não tem juízo
Fez o que fez e vem me pedir pra voltar*

*Você não merece um por cento do amor que eu te dei
Jogou nossa história num poço sem fundo
Destruiu os sonhos que um dia sonhei
Quer saber? Palmas pra você!
Você merece o título de pior mulher do mundo*

*Agora assista aí de camarote
Eu bebendo gela, tomando Ciroc
Curtindo na balada, só dando virote
E você de bobeira sem ninguém na geladeira*

*Agora assista aí de camarote
Eu bebendo gela, tomando Ciroc
Curtindo na balada, só dando virote
E você de bobeira sem ninguém na geladeira
Pra aprender que amor não é brincadeira!*

As principais músicas que fazem parte do sucesso do cantor são nesse estilo. Letras totalmente românticas e letras que falam da volta por cima num relacionamento e da

ostentação com bebidas, mulheres, carros de luxo etc. Então, percebemos que o forró mudou bastante, do forró de Luiz Gonzaga, principal precursor do início do ritmo musical e que o espalhou em todo o Brasil, para o forró de Wesley Safadão, que trata de letras românticas e também do forró ‘ostentação’ já citado. O público interage e se identifica com as músicas a partir dessa identificação, apreciando as músicas pela letra ou pela ‘batida’ contagiante, se identificando com seus valores e fazendo parte daquela realidade descrita na letra. Hall (2005) ressalta que:

A identidade, na concepção sociológica, preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior” – entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de que projetamos a “nós próprios” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando-os “parte de nós”, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. (HALL, 2005, p. 11 e 12)

Além disso, antes apenas com três principais instrumentos musicais, hoje as bandas ganharam instrumentos eletrônicos que ditam o ritmo da batida do novo estilo do forró, chamado de forró universitário ou eletrônico e que ajuda na batida envolvente e mais acelerada. Como explica Carvalho (2007):

As formações tradicionais, com sanfona, triângulo e zabumba, foram sendo substituídas por um equipamento pesado que faz a pancadaria, por vocalistas esganiçados (as), dançarinos e dançarinas, efeitos de luz, laser, néon, gelo seco, toda uma parafernália eletrônica que amplifica o que as pessoas querem dançar (...) Com as bandas surgiram casas de forró, revistas, uma moda especial e a gravadora Somzoom, responsável pelo lançamento de discos e depois cd’s. (CARVALHO, 2007, p. 608)

É isso que a banda Wesley Safadão e Garota Safada reproduzem. Um forró com mistura de eletrônico/sertanejo/universitário, com a utilização de vários instrumentos eletrônicos, vendendo seus shows para festas particulares e eventos públicos.

A DIVULGAÇÃO DA BANDA NOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

Como todo produto comercial busca a sua propagação, com as bandas de forró não é diferente. Inicialmente, a banda Garota Safada possuía investimentos pequenos e buscou divulgar seu trabalho a partir da distribuição de CDs, produzidos com as economias da Dona Bil, mãe do Vocalista Wesley Safadão. Com a ascensão do grupo e a entrada dos empresários da produtora Luan Promoções e Eventos, a banda se transformou em Wesley Safadão e Garota Safada e passou a ganhar novos meios de comunicação. Assim, começou a ser divulgada também em rádios parceiras do grupo, veículos de televisão e, ainda, a grande divulgação em mídias sociais. A propagação em veículos de comunicação de massa,

como o rádio e a televisão fizeram com que os sucessos da banda chegasse mais facilmente as ‘massas’ e caísse no gosto popular, contando também com a recomendação de locutores e apresentadores conhecidos em suas regiões. A publicização é uma das ferramentas que aumenta o leque de atuação do produto, induz o público a consumi-lo e tenta provocar a admiração. Como afirma Filho (2009):

A publicidade é a linguagem que compõe, a partir de suas narrativas, de sua imagética, a “estética da mercadoria” (cf. haug), que insere os bens anunciados em cenários socioculturais, ou seja, a publicidade localiza as mercadorias em interações humanas, ao sugerir “modos de uso” que transcendem as utilidades derivadas de suas características materiais. Como diz Berger, a publicidade é o processo de “fabricar a fascinação”. (FILHO, 2009, p. 391 *apud* VANDER CASAQUI)

Um exemplo que podemos citar de parceria com banda Wesley Safadão e Garota Safada são os programas Forrozão de Mossoró (no rádio) e Forrozão na TV (na televisão), ambos apresentados pelo Radialista Mossoroense Railson Carlos, os programas que abordam a temática do forró e entretenimento possuem bastante reconhecimento do público na cidade e região. Praticamente desde o início da trajetória da banda, os programas divulgam suas músicas de trabalho, shows etc no programa radiofônico e, ainda, realiza coberturas de shows e eventos no programa televisivo. O apresentador Railson Carlos, conhecido também como ‘o garoto sorriso’ sempre que entrevista Wesley faz questão de citar a parceria dos dois e, em contrapartida, o cantor sempre agradece o espaço e destaca a importância dos veículos para divulgação do seu trabalho.

Além de todo o trabalho na grande mídia, existe também a divulgação nos perfis oficiais da banda nas mídias sociais, como o instagram, facebook, youtube etc. Wesley conta com uma equipe de assessores que atualizam seu site e as mídias sociais citadas, sempre divulgando locais dos shows, vídeos, interagindo com o público e tentando aproximar ainda mais a banda dos fãs. Sem falar nos perfis ‘espontâneos’ que são criados, como, por exemplo, o ‘frases do safadão’, onde, provavelmente, algum fã não identificado reproduz memes do artista com suas famosas frases e algumas que não são dele, mas que cai no gosto do público e são reproduzidos como forma de humor.

APARIÇÕES EM PROGRAMAS DE TV E O AUGES DA CARREIRA

Um dos fatores que contribuíram bastante para o ‘boom’ na carreira de Wesley Safadão e fizeram com que o sucesso do artista ultrapassasse as barreiras da região Nordeste e chegasse praticamente a todas as regiões do Brasil e, até mesmo, ao exterior,

foram suas aparições em programas de televisão nacional. Como já abordado anteriormente, os veículos de massa, como rádio e televisão já eram utilizados, porém em sua grande parte na região Nordeste. Mas, para impulsionar ainda mais a carreira o cantor começou a aparecer em canais de tv a nível nacional.

De acordo com o site oficial de Wesley Safadão, sua primeira aparição em programas nacionais aconteceu no início de 2013, em meados de março, quando o cantor se apresentou no programa Domingão do Faustão, do apresentador Fausto Silva. Naquela época, foi realizada uma enquete com pessoas nas ruas de São Paulo e quase ninguém daquela região conhecia o artista, que tinha iniciado voos mais altos. Em seguida, retornou ao palco do Domingão do Faustão em menos de seis meses por aclamação popular e mostrou ao vivo 8 músicas. A partir daí vieram outros programas: Caldeirão do Huck, Mais Você, Show da Virada, Criança Esperança, Esquentando, Encontro Com Fátima, TV Xuxa, Vídeo Show, Profissão Repórter, entre outros. Todos os programas acima citados, da Rede Globo de televisão. Com o destaque em tv aberta nacional, o cantor passou a ser reconhecido nacionalmente e começou a realizar seus shows pelos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. O Sudeste e o Centro-Oeste atualmente são regiões de forte atuação de Wesley Safadão.

É notável a contribuição da mídia nacional, em especial, os programas da rede globo, na ascensão do artista e identificação do público, que passa a criar relações com o ídolo. Filho (2009) diz que:

Segundo Dieter Prokop, o telespectador, diante da TV, desenvolve vínculos com o produto na medida em que este cria relações que o imergem na cena cotidiana ou numa fantasia paradisíaca que habita seu imaginário. São as construções modais de fantasia e as elaborações sógnicas nos produtos (formação sógnica). (FILHO, 2009, p. 192)

A partir dessas aparições na TV nacional é que o público passa a se identificar, criar relações de fã/ídolo, fazendo com que se expanda a região de atuação da banda. O carisma do cantor também contribui bastante para a aceitação do público. Geralmente quando foi recebido nesses programas, Wesley era adjetivado pelos apresentadores como ‘ídolo’, ‘fenômeno’, chamando atenção para um novo público que surgiria naquela região. De acordo com o Dicionário Aurélio online, fenômeno é “Tudo o que está sujeito à ação dos nossos sentidos ou nos impressiona de um modo qualquer. Tudo o que é extraordinário, raro ou novo; coisa surpreendente. Pessoa de dotes extraordinários”. Com este conceito, podemos observar que a mídia tenta vender a imagem de Wesley Safadão mostrando ao

público que o cantor é extraordinário, excelente e um verdadeiro fenômeno da atualidade musical.

Vale ressaltar também que a Rede Globo de Televisão pertence ao mesmo grupo musical que produz os discos e é parceiro do grupo de Wesley, que é a Som Livre. Ou seja, nesse jogo de interesses todos acabam lucrando com o mesmo produto: Wesley Safadão. Outro fato que podemos verificar foi o aumento do cachê do artista depois de suas aparições nesses programas da Rede Globo. Foi um crescimento muito rápido e surpreendente. Em notícia publicada em novembro do ano passado (2015) o portal IG informa que Wesley Safadão possuía o maior cachê do Brasil, superando a dupla Jorge & Mateus. Para ter um show do artista naquela época, era necessário desembolsar 700 mil reais. Uma passagem da notícia afirmava que “De acordo com o jornal “O Dia”, o cachê do forrozeiro já ultrapassou o de Jorge & Mateus, que estavam no topo da lista. Safadão cobra nada menos que R\$ 700 mil para subir ao palco”. Podemos notar que esse ‘auge’ aconteceu justamente após as suas repetidas aparições em programas nacionais da Rede Globo, o que pode ter influenciado decisivamente no aumento do número de fãs, apelo pela banda e, conseqüentemente, tê-lo tornado nessa época o maior cachê musical do Brasil.

Em matéria publicada no portal Observatório de Imprensa, intitulada de ‘a indústria cultural não poupa ninguém’, um trecho cita uma fala do Jornalista Felipe Pena, que explica a necessidade dos artistas estarem presentes na TV da seguinte forma:

Como as celebridades não mantêm comportamentos norteados pelo interesse público, elas necessitam de subsídios para manter-se em *voga*. Ao restringir o universo a si mesmas, elas arquitetam estratégias para projetar sua intimidade através da TV, janela mágica presente em milhares de lares, tornando-se, assim, *popstars*. ‘A exposição da intimidade é uma das principais estratégias de sobrevivência das celebridades’ (PENA, 2009, p. 1).

Logo, essa estratégia de aparecer em programas televisivos nacionais pode ter sido adotado pelos empresários do artista, em parceria com a produtora musical e a Rede Globo. Depois disso, mais recentemente, Wesley já apareceu na TV Globo nesse início de 2016. Primeiramente foi exibida uma matéria sobre o artista no programa dominical Fantástico, com cerca de 30 minutos, algo que surpreendeu a muitos. Depois ele voltou ao programa Domingão do Faustão e cantou seus principais sucessos, lançando ainda, em capela, a música nova do momento, intitulada de ‘coração machucado’. Por último, em abril, o cantor recebeu a apresentadora Xuxa, da TV Record para uma entrevista. A apresentadora

participou do seu show disfarçada de fotógrafa e depois foi mostrada ao público, a famosa apresentadora Xuxa num show do Wesley Safadão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, com esta breve pesquisa sobre o forró e seu principal nome na atualidade, Wesley Safadão, podemos observar a mudança ocorrida no ritmo ao passar do tempo, deixando de ter apenas três principais instrumentos e passando a contar com uma banda maior, se utilizando de instrumentos eletrônicos e toda uma ‘parafernália’ que crie um clima de espetáculo e venda melhor o produto forró. Além disso, as letras também mudaram, deixando de falar do sofrimento do homem Nordestino e passando a ressaltar amores não correspondidos, antigas paixões e o forró ostentação. Em relação a Wesley Safadão, principal objeto desta pesquisa, verificamos que as indústrias cultural e fonográfica lucram, principalmente, por meio da venda de shows, tentando vender ao público aquele momento único com o artista famoso e ‘estourado’ do momento. Porém, também se lucra através da venda de produtos oficiais, como abordado no trabalho, até mesmo uma loja oficial com os produtos do cantor é encontrada para que os fãs adquiram e confirmem toda sua admiração pelo ídolo.

Foi possível constatar que os fãs e admiradores de Wesley Safadão se identificam com suas músicas seja pela letra, que os toca de alguma forma, falando de paixões ou da ostentação com bebidas, carros e mulheres ou mesmo pela ‘batida’ envolvente do atual ritmo. Já em relação a divulgação da banda nos meios de comunicação, é notável sua ascensão após a aparição do cantor em veículos de comunicação de massa a nível nacional, como por exemplo, a tv aberta. Inicialmente divulgado em rádio e tv’s locais, depois o artista se popularizou em todo o Brasil ao aparecer em programas nacionais, principalmente, da Rede Globo de Televisão. Assim, seus empresários utilizam além dos veículos tradicionais, as mídias sociais, proporcionando uma aproximação com os fãs e os meios tradicionais para uma divulgação em massa.

Outro ponto a ser destacado é o tempo destinado ao artista. Este ano ele teve um espaço de aproximadamente 30 minutos no Fantástico, algo pouco visto com outros artistas. Isso pode estar relacionado ao fato da emissora televisiva ser do mesmo grupo fonográfico do artista (som livre) ou apenas mostrar o que está fazendo sucesso no momento? É um ponto que pode ser analisado posteriormente em outras pesquisas. Mesmo aparecendo em programas de vários canais abertos, quando está na Rede Globo o destaque geralmente é maior. Ao observar algumas de suas aparições na TV, pode-se notar que Wesley Safadão é

geralmente tratado como ‘ídolo’, ‘fenômeno’, ou seja, a mídia sempre na tentativa de vende-lo como algo extraordinário, o sucesso do momento.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, F.G. C. Anotações para uma história cultural do Ceará. In: **Anuário do Ceará**, v. 2007, p. 567-610, 2007.

FILHO, Ciro Marcondes. **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

SILVA, Leandro. **Forró no asfalto: mercado e identidade sociocultural**. São Paulo: Annablume, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

Dicionário Aurélio Online. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/fenomeno>> Acesso: 28 de abril de 2016.

Observatório de imprensa, a indústria cultural não poupa ninguém. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/a-industria-cultural-nao-poupa-ninguem/>> Acesso: 28 de abril de 2016.

Site oficial Wesley Safadão. Disponível em: <http://www.wesleysafadao.com.br/biografia>> Acesso: 21 de abril de 2016.

ANEXOS



Alguns dos produtos vendidos na loja oficial de Wesley Safadão.



Algumas aparições de Wesley Safadão em programas de rede Nacional. O artista ganhou projeção, principalmente nos programas da Rede Globo.



Imagens do Garota Vip, principal produto do grupo de Wesley Safadão. Podemos observar grande quantidade de luz, como destacado na pesquisa.

