

Não sou boy, só não sou otário: negócios, diversão e prestígio nos mercados pop periféricos

Saulo Nepomuceno Furtado de Araujo
Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias
Curso: Doutorado em Sociologia
Data da defesa: 21.06.2018

O trabalho tem por objetivo caracterizar alguns processos contemporâneos de expansão e complexificação das redes de produção cultural fomentadas por diferentes populações periféricas no Brasil, com foco direcionado ao mercado musical. A partir da investigação de contextos festivos e conteúdos musicais, majoritariamente produzidos, distribuídos e consumidos por jovens moradores de periferias urbanas do país, o interesse recai nas formas como a triangulação entre as dimensões dos negócios, os modos de diversão e as dinâmicas de prestígio se articulam no delineamento de extensas tramas de interdependências humanas, que dão forma aos pujantes mercados do entretenimento pop periférico nacional. Esses mercados e expressões culturais são entendidos enquanto simultaneamente pop, por visarem o alcance de públicos amplos e manifestarem abertos objetivos comerciais, e periféricos, do ponto de vista geográfico, por emergirem a partir de contextos periféricos urbanos, e, do ponto de vista simbólico, por ocuparem, em geral, posições de periferia em relação a um conjunto de critérios de julgamento e avaliação cultural acionados por diferentes segmentos da população e determinadas instâncias de consagração cultural, no contexto brasileiro. Serão investigadas específicas dinâmicas processadas nas últimas décadas, respectivas à vertiginosa expansão desses mercados, potencializadas por diferentes usos de uma série de recursos tecnológicos digitais de produção e distribuição musical em diferentes contextos periféricos. Propõe-se compreender as condições de posicionamento da música pop brasileira no contexto global, bem como alguns processos sócio-históricos de construção das dinâmicas de prestígio musical no contexto brasileiro. Para tanto, se processará o delineamento das nuances conceituais e das diferentes caracterizações sociais no recurso ao “periférico”, tematizando diferentes trânsitos entre as posições “centrais” e “periféricas” no contexto do mercado musical brasileiro, tornando fundamentais discussões em torno de questões de gênero,

raça e diversidade sexual, decisivas no que tange às configurações contemporâneas dos trânsitos e redes interperiféricas de produção, distribuição e consumo musical.

Palavras-chave: *Pop* periférico. Economia da cultura. Periferia. Trânsitos culturais interperiféricos. Consumo cultural.