



**Ciclo de Conferências 50 anos das Ciências da Comunicação no Brasil:
a contribuição de São Paulo**



Acorde na Aurora: música sertaneja e indústria cultural

Profa.Dra. Cristina Schmidt

Waldenyr Caldas



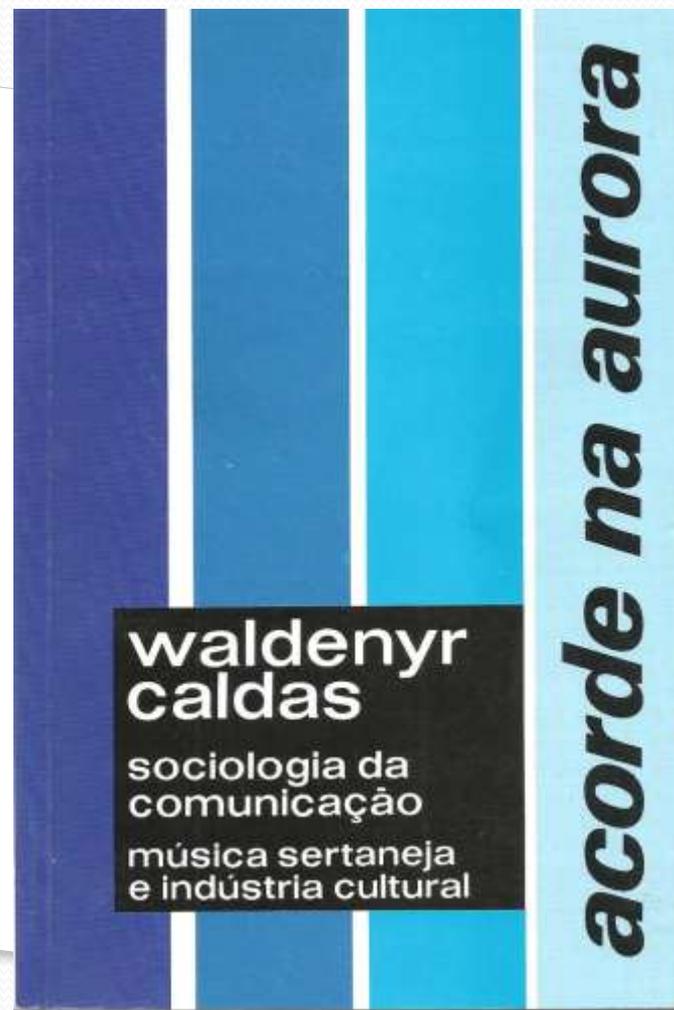
- ✓ Graduação, mestrado e doutorado em Sociologia pela USP (1972, 1976 e 1983) pós-doutorado na Universidade La Sapienza di Roma (1989).
- ✓ Professor convidado e conferencista da Universidade Joseph Fourier em Grenoble na França (1995).
- ✓ É professor titular da Universidade de São Paulo, desde 1996.
- ✓ Foi vice-diretor e Diretor da ECA (1998-2001; 2001-2005).
- ✓ Atualmente é representante da USP junto ao Comitê Franco-Brasileiro do Convênio "Cátedras Lévi-Strauss" e membro da comissão de Relações Internacionais da USP.
- ✓ 14 livros editados e diversos ensaios publicados em revistas e coletâneas nacionais e internacionais.

Objetivo

Estudar o significado ideológico da música sertaneja em São Paulo, como contribuição a um setor da comunicação de massa no Brasil.

Problema fundamental

Há diferenças entre música caipira e música sertaneja?



Companhia Editora Nacional - 1979

Cultura rural

Música Caipira



Cultura urbana

Música Sertaneja

Mundo Rústico
(Antonio Cândido)
Trabalho Camponês
(José de Souza Martins)



Classe Social com referências no universo agrícola (até de subsistência), onde a classe hegemônica capitalismo passa a exercer influência por meio industrialização do campo.

Contexto urbano industrial
Sociedade Capitalista
Indústria Cultural
(Theodor Adorno)



A ideologia do consumo que permeia a sociedade de economia privada, com técnicas de reprodução mecânica e em massa.

Papel Social da música

Caipira



Sertaneja

Expressão do
Folclore Paulista
(Conhecimento Popular)



Elemento mediador das
relações sociais



Evita a desagregação das
populações no meio rural e
no interior

Expressão das
referências urbanas
(Origem no meio rural)



Recriada pela Indústria
Cultural como produto da
Indústria do disco



Elemento utilitário de
entretenimento

Distinções

Música Caipira

1. Manifestação espontânea da cultura rústica = identidade
2. Integradora das populações dos bairros rurais
3. O poeta caipira é o porta voz de seu povo (líder folk)
4. Mensagem de expressão e conhecimento coletivo
5. Produção coletiva e coreografia participativa (cururu, fandango, cateretê)

Música Sertaneja

1. Produto reformulado pela cultura de massa = utilitarismo e despersonalização
2. Consoladora das populações de periferia
3. O compositor e cantor sertanejo ídolo
4. Músicas com temas urbanos e individualistas
5. Produção pela indústria fonográfica sem coreografia ou com participação de bailarinos.

Convergências

1. Ritmo e instrumentos

(apesar :“elitrificado” e sofisticado)

2. Melodia

(apesar: redundância e padronização)

3. Formação em duplas

desde a origem = voz anasalada em dueto (e mudanças mais recentes)

4. Público marginalizado

- rural = camponês;
- urbano ou suburbano = proletariado

Ideologia do consumo e novos públicos

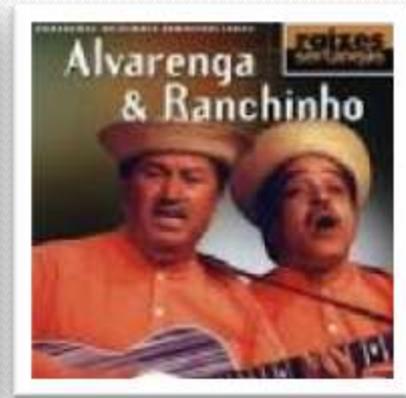


Cornélio Pires

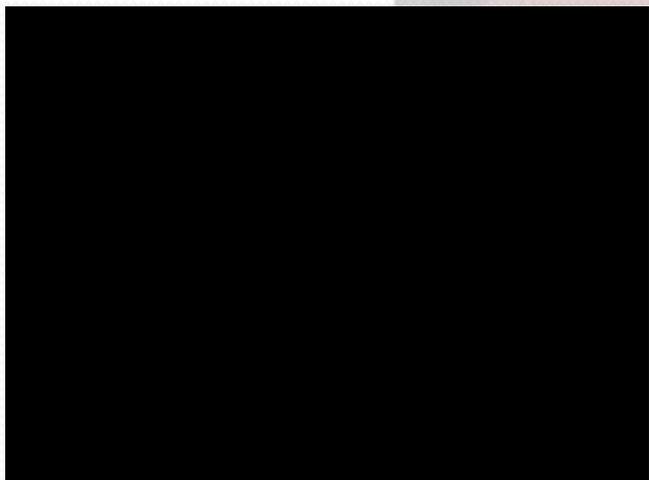
Colúmbia
Turma Caipira Cornélio
Pires – Série 1929 e 1930
Ex: Jorginho do Sertão



RCA – 1930 - Turma Caipira Victor
Alvarenga e Ranchinho



Dupla Imbatível em todos os
tempos = Tônico e Tinoco



Ideologia do consumo e novos públicos

- Influência dos enlatados = ideologia *Western* – Leo Canhoto e Robertinho



- Os novos sertanejos – *new caipiras* – Chitãozinho e Xororó



- Sertanejos Univesitários



Conclusões

1. Há uma lacuna muito grande entre música caipira e música sertaneja . A primeira ainda evita desagregação social, a segunda é alienante.

2. Após a urbanização da música sertaneja, a indústria do disco passa a ter um novo público discófilo: a classe proletária brasileira

3. A música sertaneja não se enquadra esteticamente como arte – tem caráter de antiarte.

4. Como produto da indústria cultural, para o consumo, ocorre identidade entre música sertaneja e música popular urbana (suburbana)

5. A música caipira pós urbanização = música sertaneja = instrumento da ideologia burguesa = um produto para consumo do proletariado.

Obrigado!

cris_schmidt@uol.com.br

