



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA

JULIANA MAGALHÃES FRANCISCO
MATRÍCULA: 2017728/7

**DA CULTURA POPULAR AOS JINGLES POLITICOS:
UMA ANÁLISE CULTURAL DO FORRÓ**

Brasília
2006

JULIANA MAGALHÃES FRANCISCO

**DA CULTURA POPULAR AOS JINGLES POLITICOS:
UMA ANÁLISE CULTURAL DO FORRÓ**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

OrientadorA: Prof(a). Cláudia Busato

Brasília
2006

JULIANA MAGALHÃES FRANCISCO

**CULTURA POPULAR AOS JINGLES POLITICOS
UMA ANALISE CULTURAL DO FORRÓ**

Monografia apresentada como requisito para conclusão do curso de bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof(a). Cláudia Busato

Brasília 14 de Novembro de 2006

Banca Examinadora

Profª Cláudia Busato
Orientador

Profª. Flor Marlene
Examinador

Profº Gabriel Castelo Branco
Examinador

Ao meu pai, João Francisco Sobrinho, por ser a fonte de inspiração desse trabalho.

AGRADECIMENTO

Agradeço a minha família: minha mãe Isaura, pelas orações, minha irmã Cecília, por sempre acreditar em mim e meu irmão, pela sua compreensão.

A minha melhor amiga Ana Luísa por me apoiar sempre.

A Silvinha pelos livros emprestados, a Gabi pelas dicas e incentivo e a Érica Vidal, a melhor companheira de trabalhos acadêmicos que já tive.

Pau de Arara

Quando eu vim do sertão,
seu môço, do meu Bodocó
A malota era um saco
e o cadeado era um nó
Só trazia a coragem e a cara
Viajando num pau-de-arara
Eu penei, mas aqui cheguei (bis)

Trouxe um triângulo, no matolão
Trouxe um gonguê, no matolão
Trouxe um zabumba dentro do matolão
Xóte, maracatu e baião
Tudo isso eu trouxe no meu matolão

Luíz Gonzaga

RESUMO

A parti das contribuições dos estudos culturais apoiados pelos trabalhos de Stuart Hall, com os conceitos de cultura popular utilizados por Marilena Chauí e, as visões sobre cultura de massa e indústria cultural teorizadas pelos frankfurtianos, esse trabalho avalia as relações do forró como um ritmos nordestino difundido nas grandes metrópoles no início dos anos 40, sobre a dominação: da mídia, das altas camadas sociais e da política. Também serão analisados sobre os critérios culturais, as diásporas do nordeste a que transformaram o forro no símbolo musical da cultura nordestina. O trabalho analisa ainda a relação dos jingles políticos, que tem como escolha principal para as campanhas eleitorais o forró o como ritmo principal para as campanhas eleitorais, em 2006.

Palavras-chave:

Cultura popular, Forró, jingles políticos.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
METODOLOGIA	9
1. For All ou Forrobodó?	11
1.1 Quem nasceu primeiro: o Samba ou o Forró?	11
1.2 “Pronde Tu Vai Baião”	12
1.3 Nada se cria tudo se transforma	16
1.4 Oxente Music	18
1.5 Forró da classe média	20
2 DO POPULAR ÀS MASSAS.	22
2.1 Os Estudos Culturais	22
2.2 Diáspora: na resistência de uma hegemonia	23
2.3 Do popular: aceitação e resistência	26
2.4 Uma visão frankfurtiana	28
3. JINGLE E O FORRÓ OU O FORRÓ E OS JINGLE	31
3.1 Quando começou a apropriação do forró pela política?	33
3.2 O forró de passagem	34
3.3 O Jingles de Lula e Geraldo	37
Considerações Finais	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42

INTRODUÇÃO

Neste ano, no Brasil, foram realizadas as eleições para deputados estaduais e distritais no caso de Brasília, Deputados Federais, Senadores, Governadores e o Presidente da República. Esse é um momento em que todas as atenções da mídia e da população são focadas nos candidatos que pretendem assumir esses cargos políticos. Esse ano a campanha dos presidentiáveis usou um elemento muito associado ao popular para compor a estratégia de comunicação com os eleitores: O forró. Um ritmo que é o símbolo da música nordestina no presente nas eleições de 2006 como o ritmo original dos *jingles* dos candidatos à presidência da república.

Esse trabalho pretende estudar a apropriação pelas altas camadas sociais, pelo governo e pela mídia do formato original do forró. Esse assédio à cultura popular pela cultura de massas, iniciado por volta do ano 2000, revelou-se, mais uma vez, uma nova forma de transposição do material simbólico da cultura para a lógica da mercadoria. Prova disso é a escolha, dentro desse gênero musical, de reproduzir ou imitar as principais músicas escolhidas pelos partidos para a campanha de 2006 a partir de seus modelos originais.

METODOLOGIA

Os *jingles* políticos que fazem o uso do forró serão analisados nesta pesquisa sob a ótica dos Estudos Culturais, destacando-se as teorias sobre a 'diáspora' de Stuart Hall, noções sobre cultura popular e da Indústria Cultural, através do seu desenvolvimento histórico - do nordeste para o centro sul do país. Iniciado pelo Rei do Baião, Luiz Gonzaga, na década de 40, esse gênero ganhou o nome de forró no final dos anos 70. O forró é um gênero musical híbrido que está sempre se renovando e criando algumas vertentes.

Para descrever a história do forró e suas vertentes foram utilizadas biografias ligadas às respectivas histórias dos músicos como Luiz Gonzaga e João do Vale, a fim de conceber as origens do gênero. O *site* da Banda de Forró Mastruz com Leite situa, atualmente, o forró produzido no nordeste, entre outras fontes *on*

line, que mostram o forró da “classe média” dos grandes centros urbanos. Além dos conceitos da obra *Diáporas*, de Stuart Hall, foram adotados conceitos de cultura popular na visão de Marilena Chauí e de Coutinho. Finalmente, foi feito um pequeno resgate histórico de momentos em que o Estado investiu em cultura, considerando-se o contexto político da época.

Entender como o forró interfere nas escolhas das músicas a serem utilizadas pelas campanhas políticas é o objetivo principal dessa pesquisa. Para tanto, utiliza-se da cultura popular como um elemento de identificação que se interpõe entre os principais candidatos a presidência da república e o eleitor.

O primeiro capítulo narra a história do precursor do forró: Luiz Gonzaga, e de como esse nordestino conseguiu difundir esse gênero popular no Brasil inteiro. Em seguida, será explorada como o forró virou um ritmo musical em meados de 1970 e os variados estilos que surgiram a partir dessa década.

No segundo capítulo será apresentado o conceito de diásporas, em uma abordagem dos estudos culturais, a partir das análises do povo caribenho feito por Stuart Hall. Suas teorias serão comparadas com as diásporas nordestinas. Também serão apresentados os conceitos de cultura popular desde a visão de Marilena Chauí, e o conceito de hegemonia gramsciana. Depois será feita uma pequena introdução da escola de Frankfurt e suas influências no Brasil.

No terceiro e último capítulo serão analisados culturalmente os *jingles* das campanhas eleitorais que utilizaram o forró em 2006. Para essa análise, foram escolhidas as músicas dos candidatos a presidência da república: Geraldo Alckimim, e Luiz Inácio Lula da Silva.

1. FOR ALL OU FORROBODÓ?

O forró é um ritmo tipicamente nordestino. A história de seu nome e nascimento são fatos que geram controvérsias entre os principais músicos e antropólogos. Luiz Gonzaga defende que o termo proveniente do inglês *For All*, que é a versão mais bem aceita pelo senso comum:

(...) a palavra Forró teria surgido de for all. Conforme João Epifânio Lima Campos (1980), com a inauguração da primeira estrada de ferro no interior de Pernambuco pela companhia inglesa Great Western, foi feito um baile (ao som da sanfona e zabumba) para comemoração do acontecimento, promovido pela própria empresa, que convidava todos através dos dizeres afixados na entrada: "for all" (para todos). A partir daí então, passariam a chamar os seus bailes populares de Forró. O que mais se constatou durante a pesquisa sobre a etimologia da palavra Forró, é que as pessoas conhecem Forró, como a palavra vinda mesmo de 'for all'. (portal Caruaru, 2006)

A outra versão é defendida por Luís da Câmara Cascudo, que diz que a palavra vem de forrobodó, uma palavra de origem africana que significa folia, festa, bagunça. O sertanejo chamava, assim, os arrasta-pés. Nesses salões tocavam músicas populares da região, como orquestra de pífano, o xote, o baião, entre outros sons que entreteriam a noite dos sertanejos, contando-se casos de amor e o cotidiano nas líricas e nos acordes do fole (sanfona).

1.1 Quem nasceu primeiro: o Samba ou o Forró?

O forró, assim como o samba, tem origem africana tanto etimologicamente, se aqui se seguir a tese de Cascudo, quanto estruturalmente. Além de africanos ambos contém misturas das músicas indígenas e religiosas. O samba em Banto, (Angola), *também significa: festa, bagunça* (MUKUNA,1979). As duas festas se transformaram em ritmos peculiares: Ora, no final da década de 70, a palavra forró – nas zonas urbanas - adquiriu um segundo sentido, exatamente como sucedera no início do século com a palavra samba. (DREYFUS, 1996, p 275) O samba, assim como o forró são ritmos híbridos que foram englobando novos elementos quando foram para capital, ambos tornaram-se músicas urbanas, porém em momentos diferentes. Na época que estourou o samba, havia grupos como as

bandas de pífanos que tiveram certo espaço, mas foram ofuscados pelo samba e eram vistos como autores de música de caipiras, que não se adaptava às formas mais contemporâneas. Luiz Gonzaga, levado pela influência dos tangos, do chorinho, e da polca paraguaia, como será visto mais adiante, e numa época em que o estouro do samba tinha passado conseguiu inserir uma nova música, que ficou conhecida como ritmo nordestino vindo a ser moda entre a classe média.

Com tantas semelhanças entre as duas palavras – de etnias, ritmos e sinônimos - não é difícil compreender porque no nordeste a palavra samba tenha sido sinônimo de forró, ou seja, a mesma festa chamada de sambas-forró, arrasta-pés e outras formas, tinham a mesma estrutura.

Os músicos – o conjunto, geralmente, é integrado por dois violões, cavaquinho, hamônica, pandeiro e um ritmista que toca maracás. Embora seja esse o grupo musical ideal para um “arrasta-pés” que é também denominado “fuzarca”, samba”, brincadeira”, podem funcionar, às vezes, uma armonica, um violão, um pandeiro ou um cavaquinho. Porém, para garantir-se o êxodo da reunião é preciso anunciar o comparecimento de um tocador de fole. (CAMPOS, 1959. p 103)

No início do século XX, o samba tornar-se-ia uma festa urbana, no Rio de Janeiro, e em outras capitais com grande aceitação na periferia e entre a boêmia. E logo viria a se tornar um ritmo com cor e sabor próprios. O evento forçou mais tarde uma diferenciação por parte dos futuros ‘forrozeiros’ a nomearem a música nordestina de forró. Até os anos 50, forró significava baile; depois passou a designar o conjunto da música do nordeste. (DREYFUS, 1996, p 275)

1.2 “Pronde Tu Vai Baião”

Parte significativa dos livros que tratam da história da música popular brasileira não fornece artigos específicos dedicados ao forró. Os livros sobre o tema são escassos e muitos são biografias. José Ramos Tinhorão, um dos maiores estudiosos do folclore e da música popular brasileira, chega a desdenhar Luiz Gonzaga em seu livro: *Pequena História da Música Popular Brasileira – das Modinhas até o Baião*.

A origem do forró coincide com as raízes de Luiz Gonzaga, o Rei do Baião, pai do forró. Luiz nasceu no sertão de Pernambuco, num vilarejo chamado Exu, e desde criança já se interessava pela sanfona de seu pai: “Januário gritava, Santana se zangava, mas não havia jeito”. Afinal de contas, os culpados eram eles, que incentivavam o apego dos filhos à música, (DREYFUS, 1996, p 275). Além de Gonzaga dois outros filhos fizeram carreira com musica, ainda em 1952 Luiz Gonzaga foi atração quando fez um especial com seu pai e os seis irmãos. Eram chamados: “Os Sete Gonzaga”.

Seu Januário, pai de Ganzaga, conhecido como o melhor sanfoneiro da região, segundo Dominique Dreyfus, a autora do livro *Vida do Viajante a saga de Luiz Gonzaga*, além de tocar o fole (sanfona), ele os afinava como ninguém, muitos sanfoneiros vinham de longe só para consertar seu instrumento. Observando o pai, aprendendo as afinações, os sons, as canções e os elementos musicais, Ganzaga foi se tornando músico profissional.

No sertão, onde tinha um festejo tinha uma sanfona, fosse batizado ou casamento, ou em noites comuns para animar a região. Mas, a maior festa era mesmo a de São João, São Pedro e Santo Antonio, nestas reinava a fartura, era época das colheitas. As letras e melodias eram muito simples e retratavam o cotidiano da vida, ora sofrida ora alegre, do sertão, como retratado abaixo por Luiz Gonzaga:

A fogueira esta queimando/ Em homenagem a são João/ O forró já
começou/ vamos gente/ Rapapé nesse salão [São João na Roça”,
Zédantas/ Luiz Gonzaga]

Na década de 1920, Luiz Gonzaga começou a acompanhar o pai nos forrós. Feliz, Gonzaga animava a festa com seu fole revezando com Januário, até cair de sono. E nisso o fole também caía.

“O candeeiro se apagou / o sanfoneiro cochilou / A sanfona não
parou/ e o forro continuou... [“Forró no Escuro” Luiz Gonzaga]

O futuro de Luiz como sanfoneiro já estava traçado, muitos já diziam que o filho tocava melhor que o pai. Na década de 1930, depois de uma briga com a sua mãe, o rapaz, com 18 anos, se alistou no exército onde permaneceu por nove anos

e foi embora de sua terra natal. Ainda na década de 30, depois de ter passado por várias cidades a serviço do exército, foi convocado para Guerra do Chaco, na fronteira entre o Brasil a Bolívia e o Paraguai “uma guerra incentivada sem dúvidas pelas poderosas pela Sell e Standart Oil”. (DREYFUS, 1996, p 64). Por causa da guerra Gonzaga teve a oportunidade de entrar em contato com a polca paraguaia, o que viria mais tarde a aprimorar o ritmo da sanfona com os acentos alegres dessa nova descoberta.

Durante nove anos no exército Gonzaga tentou exercer alguma função ligada à música. Seus superiores sempre achavam que ele não levava jeito, mas foi através de um fole que o soldado disciplinado deixou o exército e foi para São Paulo – Gonzaga adquiriu uma sanfona vendida, a prestações, por um caixeiro viajante que passou pelo quartel vendendo diversos objetos. Quando o caixeiro soube que Gonzaga queria uma sanfona, mas que não tinha dinheiro, propôs que lhe enviasse dinheiro todos os meses, assim, quando a dívida fosse quitada poderia ir à São Paulo busca-la. Na metade da dívida Gonzaga resolveu fazer uma rifa da sua antiga sanfona para arrecadar dinheiro e ir logo pegar sua sanfona. Para sua surpresa, o caixeiro viajante ele não encontrou, mas na pensão onde hospedou-se, próximo ao suposto endereço do caixeiro viajante, conheceu um senhor que tinha um filho com uma sanfona e fez com que o menino a vendesse pela metade do preço.

Gonzaga tentou voltar para o exército, mas não foi aceito. Como estava no interior de Minas Gerais, foi mandado para o Rio de Janeiro tomar uma embarcação que lhe levaria de volta para casa. Mas sua viagem foi só até o meio do caminho quando resolveu permanecer na cidade carioca e, como sanfoneiro, começou a apresentar-se nas ruas e bares com seus tangos, *blues*, *foxtrote*, e valsas, ainda que rudimentamente. Para quem queria continuar tocando o fole na capital, Gonzaga precisava aprimorar seus conhecimentos. No início dos anos 40, procurou a escola de Antenógenes Silva, o melhor e mais famoso acordeonista da praça (DREYFUS, 1996, p 79).

Eu sempre o via tocar nos bares do Mangue, da lapa, onde onde eu ia às vezes encontrar com Xavier Pinheiro, Meu amigo do peito. Quando ele foi contratado para tocar num *dancing*, ele precisou saber tocar tango. Foi quando ele me procurou e me pediu se eu podia lhe ensinar a tocar pelo menos dois tangos. Ai eu ensinei “ La Cumpasita” e “Mano a Mano”. Com isso ele estava feito. Depois eu

ainda dei umas aulas pra ele. Ele era muito inteligente. Tudo ele aprendia com facilidade. (ANTENÓGENES SILVA apud DREYFUS, 1996, p 79)

Apesar de se apresentar com as músicas do momento as intenções de Luiz, porém, sempre foi a de cantar o nordeste. No programa de Ary Barroso o sanfoneiro sempre se apresentava com os sucessos do momento, nunca era desclassificado, mas também não ganhava prêmios. Depois de inúmeras vezes se apresentando com essas músicas, Luiz, por influência de seus amigos cearenses, e por saber que precisava ganhar dinheiro para ajudar sua família em Exu, que sofrera uma grande seca, foi ao programa e tocou uma coisa lá do Norte, o “Vira e Mexe” (DREYFUS, 1996, p 85). Nesse dia Gonzaga realizara dois sonhos: o de ganhar o prêmio do programa e o de tocar o nordeste.

Entre as décadas de 40 e 50, Luiz determinou-se a popularização da música nordestina pelas capitais do país. O rei do Baião fez um grande reinado, apadrinhou vários grupos como o caso do Trio Nordestino, e lançou vários outros como no caso do Dominginhos, o qual ele responsabiliza por urbanizar o forró. A imagem de Gonzaga, desde quando deixou de ser o acordeonista brilhante, virtuose, para se tornar o sanfoneiro nordestino, fez de Luiz Gonzaga um homem do povo e da cultura popular; por isso mesmo, quando os primeiros LP's começaram a surgir, em meados da década de 50, para substituir os discos de 78 rotações que eram bem mais baratos o músico exigia que continuassem a produzi-los para que seu público mais popular continuasse a ter acesso às suas musicas. Esse mesmo público que iria lhe salvar do ostracismo que o atingia na classe média no início dos anos 60. (DREYFUS, 1996, p 194).

Na década de 60 o músico foi praticamente esquecido pelos os centros urbanos, mas continuava reinando no sertão. Nas capitais era a época da Tropicália, da Bossa Nova, e do iê... iê... iê...

Efetivamente, a agitação cultural, social e política que vigorou até meados da década de 60, e partiu, entre outras coisas, um dos grandes movimentos musicais no Brasil, atingia essencialmente a classe média e a classe media alta, cuja as relações com a cultura eram e são profundamente vinculada à mídia. Na hora em que a mídia se desinteressou de Luiz Gonzaga, a classe media se desligou do Baião e luiz ficou marginalizado... (DREYFUS, pg 208, 1996)

Por ironia, os mesmos “cabeludos” que o fizeram cair no esquecimento foram os mesmos que o ressuscitaram. Segundo Tinhorão foi graças ao boato que espalharam dizendo que os *Beatles* iam gravar *Asa Branca*, mas no livro de Dominique, Gilberto Gil afirma que Luiz Gonzaga foi um dos grandes influenciadores de sua música.

Eram os tais cabeludos: Alceu Valença, Geraldo Azevedo, Zé Ramalho, Fagner Beochior, e de certa forma, Rau Seixas. Esses aí, numa linguagem de fusão, começaram a misturar o baião e o rock, oito baixos e baixo elétrico, repente e poesia concreta começaram a misturar baião e rock (DREYFUS, 1996, p 273)

Pra onde tu vai Baião? / Eu vou sair por aí/ mas porque Baião?/ ninguém me quer mais aqui. (Pra onde to vai baião, João do Vale/ Sebastião Rodrigues) Música feita por João do Vale quando o baião começou a ser esquecido pelos grandes centros urbanos. Então, o sanfoneiro começou sua volta aos poucos, porém com dificuldades, no início da década de 1970. Tinha adquirido respeito e o reconhecimento merecido por parte de outros músicos. Caetano, em seu exílio na Inglaterra, gravará um disco em que a única música que não era de sua autoria e cantada em português era *Asa Branca*, que tornará o hino dos exilados brasileiros. “ Óia eu aqui de novo, xaxando / Óia eu aqui de novo, para xaxar” (Óia Eu Aqui De Novo, Antonio Barros da Silva).

O respeito adquirido pelos músicos começava a balançar quando o sanfoneiro começou a ser usado como marionete pela ditadura. Foi quando cortou os laços com o filho que lutava contra a ditadura e não se conformava com a postura do pai. Os anos 1970 foram bem conturbados para o músico. Tinha épocas de ascensão que alternavam com anos parados e até sem inspiração. Mas foi no final da década de 70 que novos movimentos musicais nordestinos surgiram entrelaçados com Gonzagão, o precursor desse movimento.

1.3 Nada se cria tudo se transforma

Desde os anos 40 quando se falava em música nordestina nas grandes capitais eram os *xaxados*, os *xotes*, o *baião* e a *toadas* que as pessoas relacionariam. Logo após o surgimento do baião e do sucesso de Luiz Gonzaga

outros cantores nordestinos como João do Vale e Jacson do Pandeiro também apareceram compondo e cantando músicas do nordeste. João mais conhecido como sambista apesar de ter o mesmo sonho que Luiz em cantar o baião, mas os seus sambas conseguiam cantar tão bem o nordeste quanto o som que saia da sanfona de Gonzaga. O maranhense chegava ao Rio por outros viéses, pobre e semi-analfabeto, foi ser pedreiro, e entre uma noite e outra compunha seus sambas e seus forrós, a voz do povo e Pisa na Fulô. Jacson do Pandeiro Gonzaga vai falar que o amigo tinha colocado com o seu pandeiro um toque de samba no ritmo nordestino “afirmando que todos os caminhos da música brasileira davam no samba”. O que não deixa de ser uma meia verdade, uma vez que o samba foi o primeiro ritmo popular brasileiro reconhecido nacionalmente:

Outros como: Quinteto Violado, o Quinteto Armonial, Eloma e seu êmulo Xanguai, também tocavam o forró, mas suas músicas procuravam as raízes históricas e salientavam em seus trabalhos as presenças medievais das toadas nordestinas. Os movimentos *hippies*, procuravam no baião suas raízes no mundo a fora. E encontravam várias semelhanças. Até Gonzagão(1946 upud DREYFUS, 1996, p 274). já tinha percebido em quando compôs Pagode Russo: “Não sei porque a música que eu faço parece la com a europa do leste, e de Israel” Dominginhos que vinha com um ritmo mais acelerado “filho’ de Gonzaga e Jacson, ao mesmo tempo conseguiu harmonizar direitinho os dois rivais.

O certo é que todas essas formas de apresentar a música, dita nordestina, estava fervilhando, clamando por uma organização. Eis que aparece o forró, no final da década de 70 como uma junção desses ritmos que tanto combinavam. Já na década de 50 as músicas vindas do “norte” eram chamadas de forró, mas o termo aqui tinha ganhado vida e a prerrogativa de ser um novo ritmo. Os anos 80 foram sem dúvida os anos do forró. Elba Ramalho, Alceu Valença, Gilberto Gil e Gal Costa também conseguiram misturar os estilos diferentes de forró dos seus antecessores. Jovens com muita criatividade transformaram a música do nordeste que virou moda nos anos de 1980. Gonzaga dizia que seu forró não mudaria, mas nessa época parecia inevitável absorver as influências dos tempos modernos. Até o rei do forró teve que se adaptar e colocar novos arranjos no seu baião que só parou de inventar com a sua morte em 1989.

Minha vida é andar por esse país
 Pra ver se um dia descanso feliz
 Guardando as recordações
 Das terras onde passei
 Andando pelos sertões
 E dos amigos que lá deixei
 Chuva e sol
 Poeira e carvão
 Longe de casa
 Sigo o roteiro, mais uma estação
 E alegria no coração.

1.4 Oxente Music

Nos anos noventa uma nova modalidade do forró apareceu com a banda Mastruz com Leite. Segundo o site oficial, o grupo começou da necessidade de uma banda que tocasse só forró nas festas. Então o produtor da banda colocou o ritmo do forró misturado com guitarra, baixo elétrico, que já existia na década de 1970, e bateria ao som de músicas bregas. O primeiro CD da banda foi realizado com músicas de variados compositores conhecido, como Amado Batista, Zezé di Camargo, Roberta Miranda, entre outros que já tinha composições famosas ou por duplas sertanejas “02. Pout Pourri: Pense Em Mim (Douglas Malo /J.Ribeiro /Márcio Soares) É O Amor (Zezé Di Camargo) Cadê Você (Odair José)” (primeiro CD do Mastruz com Leite) ou por cantores populares bregas da região.

Eram melodias simples, com letras populares, acrescentado do som mecânico que agradava os jovens. No início sofreram muitos preconceitos, mas em menos de dois anos explodiram com sucessos em todo o nordeste, menos na Bahia que depois foi conquistada. Depois a banda concentrou-se apenas em dois compositores: Rita de Cássia, que fez o primeiro grande sucesso da banda, já no terceiro CD.

Meu Vaqueiro, Meu Pião

Já vem montado em seu alazão
 Chapéu de couro, laço na mão
 Seu belo charme me faz cantar
 No rosto um grande lutador
 Que trabalha com calor
 E toda dedicação

Ó, meu vaqueiro, meu peão
 Conquistou meu coração
 Na pista da paixão e valeu boi
 Teu amor, valeu boi
 Teu calor, valeu boi
 Ter você, valeu boi
 Meu vaqueiro...

Começava então a grande indústria musical do forró, várias bandas seguiram a mesma receita de bolo, que alimentavam os bolsos dos empresários. As letras das músicas faziam o rompimento com as composições da época do Rei do Baião, se antes falavam-se do sertão com dos seus problemas e da vida do sertanejo, na nova modalidade, as temáticas ficam restritas apenas a casos amorosos, com temas sobre traição, amores impossíveis, e dor de perder ou de não ter alguém. Na primeira leva estavam as bandas seguidoras do Mastruz com Leite: Limão com Mel, Cavalo de Pau, Mel com Terra depois na segunda geração, entra Magníficos, Calcinha Preta. A mistura de ritmos foi alimentando com: Calipyso, Aviões do Forró, o grande sucesso dos últimos 2 anos. Outra jogada dos empresários é a de reforçar p nome e a imagem da banda ao, ao invés de ressaltarem algum membro da banda fortalecendo e estrelando o conjunto e não apenas um cantor. Algumas bandas foram sumindo outras surgiram, e assim se faz a reciclagem, sempre embutido uma novidade e sempre prendendo o público, já fiel, há 15 anos.

A indústria do forró utiliza toda tecnologia para ser hegemônica no nordeste e abranger outras regiões, pois virou música de massa. No estado do Piauí até pouco tempo, não existia a transmissão de outras rádios que não ameaçasse essa soberania, principalmente em músicas para jovens. Rádios como Jovem Pan e Transamérica saíram do ar por 10 anos. (Em 2002 a rede Jovem Pan voltou a transmissão na capital), pois a rádio-forró, SomZoom, via satélite tomou conta de todo o nordeste e de algumas outras capitais:

CE: Baturite, Itarema, Senador, Pompel, Sobral, Solonopolis

RN: Macau, Nova Cruz, Pau dos Ferros, Ceará Mirim, Caíco

PE: Caruaru, Pesqueira, Ipubi, Saugueiro, Recife

PI: Paulistana, Guadalupe

MA: Pinheiro, Imperatriz, Codo, Chapadinha, Coelho Neto, Vitoria do Mearin, Santa Ines

PA: Belém, Paragominas
RO: Porto Velho, Jarú, Pimenta Bueno, Vilhena, Colorado do Oeste
AL:Palmeira dos Índios, Santana do Ipanema, Arapiranga, São Miguel
PA: Sume, Araguair
BA: Salvador, Mata de São João, Feira de Santana, Xique Xique, Presidente
ES: Colatina
RJ: Rio de Janeiro, São Conrado

1.5 Forró da classe média

O forró universitário nasceu em 1975 com a volta de Luiz Gonzaga e sua aproximação com o público jovem da classe média. O termo foi designado para fazer uma quebra do preconceito por parte desses jovens para aceitar melhor esse gênero musical que vem do nordeste. Em sua segunda fase, com cantores da década de 1980, esse gênero foi reestruturado promovendo uma fusão com o pop-rock. Em parceria com Luiz Gonzaga apresentavam-se cantores como Alceu Valença, Elba Ramalho, que não eram universitários, mas incorporaram esse seguimento com suas expressões regionais. Com a nova geração, em 1990, voltou-se a dar mais atenção para o triângulo a sanfona e o zabumba, com o gênero: forró pé-de-serra.

No nordeste esse gênero vai ser conhecido também por forró paulista - Apesar de o Rio de Janeiro ter sido a primeira cidade a abrigar esse ritmo nordestino, foi São Paulo que se consagrou como o grande pólo da música nordestina fora do nordeste, como lembra Expedito Silva (Silva, p. 76, 2003) - essa expressão caracterizando São Paulo é usada pelos nordestinos para distinguir o forró como uma forma de ser “nosso” referenciando que o forró paulista não é feito pelas raízes nordestinas. Assim como, o paulista vai afirmar que o forró, realmente “verdadeiro”, mantém as origens do forró feito por Gonzagão como faz o universitário ou pé-de-serra, como afirma o produtor musical: (Paulinho Rosa,2005):

O mesmo não podemos falar das bandas do outro tipo de forró que as pessoas costumam chamar também de forró. Ou, pelo menos, as pessoas que gostam desse ritmo ou os produtores que lidam com ele. Bandas como Brucelose, Limão Com Mel e Calypso fazem outro tipo de música. É uma lambada, abaiãozada, com toques de samba e ritmos caribenhos. Uma confusão só. Pode ser tudo, mas forró não é.

A verdade é que assim como aconteceu com o samba, quando se tornou o primeiro ritmo popular aceito nacionalmente, acontece com o forró. Essa palavra era usada para falar das músicas vinda do nordeste: xaxado, xote, baião. Na década de 1980 o forró era conhecido como o ritmo que descendia de Luiz Gonzaga, mas se forró é um gênero de produção nordestina, nada impede que o chamado forró eletrônico ou *oxente music* seja chamado de forró. Um foi tomado pela indústria cultural para o nordeste e o outro, que não deixa de ser produto das indústrias, para a classe média do centro-sul que gosta da música popular, mas a adapta aos gostos urbanos, criando uma rixa entre os vários forrós.

Marilena Chauí explica que a música popular no Brasil é todo gênero contrário ao da música erudita, mas que nem sempre é composta e ouvida por grupos subalternos. E que os intelectuais tendem a chamar pejorativamente a música que esses grupos ouvem de kitsch.

No Brasil fala-se, por exemplo, em música popular, para designar todo o campo musical que escapa da chamada música erudita, mas nem sempre compositores e ouvintes pertencem às chamadas “camadas subalternas” e sim a classe média urbana, se no início deste século, os compositores mais conhecidos eram “lá do morro”, no final do século grande parte da música popular é composta e ouvida por universitários. Em contra partida, a chamada música sertaneja (designação mais freqüente para a música caipira e para moda de viola sob a influência de novos ritmos urbanos) corresponderia muito mais a idéia de “popular” como subalterno. como as composições mais admiradas pela população são aquelas que costumam receber a qualificação pejorativa de kitsch. (CHAUÍ, 1996 p. 10,)

O forró está entrando no processo parecido com o do samba na época de Getúlio Vargas, está deixando de ser um gênero das classes dos emigrantes, como no caso do samba de morro, e ganhando espaço em outras camadas sociais. De sua origem, na época de Januário, onde era feito no coletivo e que a música não tinha dono - como os românticos, descrito por Chauí, explicado no próximo capítulo - costumam acreditar que deva ser feita a produção popular – o forró já sofreu diversas modificações e já ganhou vários seguimentos e já pode até ser reconhecido como um ritmo nacional começando a representar o Brasil e não somente o nordeste.

2 DO POPULAR ÀS MASSAS.

2.1 Os Estudos Culturais

Os estudos culturais foram fundados na década 1950, por Richard Hoggart na Inglaterra. Seu marco inicial, reconhecido pelos estudiosos do campo, foi a pesquisa feita por Hoggart: *The use of Literacy: aspects of Working-Class Life with Special References to publications na Entertainments* em Francês: *La Culture du pauvre*. O autor estuda a influência da cultura difundida em meio à classe operária pelos modernos meios de comunicação (MATTELAR E NEVEU, 2004 pg. 42), que observava uma resistência das classes populares pela indústria cultural, esse tema foi objeto de pesquisas dos estudos culturais predominantemente por décadas.

Os estudos culturais nasceram com a preocupação de estudar a condição social e cultural das classes operaria, com a redefinição das concepções elitistas e tradicionais de educação e com a definição de uma “cultura comum”, suficiente ampla para incluir a cultura popular ou a cultura mediada pelos meios de comunicação de massa.

Os outros fundadores da corrente foram Edward P. Thompson e Raymond Willians, ambos com estreito contato com a *New Left*, que da o renascimento contemporâneo dos estudos marxistas. Completando o quadro dos *founding fathers* (pais que fundaram) britânicos, assim chamados por Mattelart, vem Stuart Hall, figura chave da nova esquerda intelectual. A organização dos Estudos Culturais aconteceu quando Richard Hoggart, fundou o *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) em 1964 na Universidade de Birmingham, com os seus companheiros.

Os Estudos Culturais propõem que a cultura seja estudada num sentido amplo, centrado sob o vínculo de cultura-nação para uma abordagem da cultura nos grupos sociais. (MATTELAR E NEVEU, 2004. pg. 13), o objetivo de estudar a cultura de forma interdisciplinar e do cotidiano o que lhe dava uma linha mais política. No período de 1968 a 1979 o Centro foi assumido por Stuart Hall, que focaliza a “questão paradigmática da teoria cultural”, ou seja, como pensar entre o social e o simbólico que com heranças do marxismo introduz a noção de ideologia

que faz refletir os valores, em dados sistemas, dos processos de aceitação ou resistência do *status quo*. (MATTELAR E NEVEU, 2004 pg. 73),

Tomás Tadeu da Silva exprime ainda três Premissas marxistas de suma sintonia com os estudos culturais:

Os processos culturais estão intimamente vinculados com as relações sociais, especialmente com as relações e as formações de classe, com as divisões sexuais, com a estruturação racial das relações sociais e com as opressões de idade... A cultura envolve poder, contribuindo para produzir assimetrias na capacidade dos indivíduos e dos grupos sociais para definir e satisfazer suas necessidades... A cultura não é um campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e de lutas sociais (Tomás Tadeu da Silva)

Hall, foi o autor escolhido como base desse trabalho, nasceu na Jamaica, em uma família de classe média, que misturava diversidade de cor e etnia “era produto de uma relação entre os escravos africanos e os senhores de escravos europeus” (HALL, pg 408). Era o mais escuro da família, que não aceitava negros. Foi nesse meio conflituoso de classes e etnias dentro de sua própria família que sua consciência rebelde foi construída. Mais tarde foi estudar na Inglaterra, onde depois, assumiria os estudos sobre raça e etnia. Foi também o precursor dos estudos feministas no CCCS, e formulou o trabalho: *Diásporas*, teorizando sobre os impactos sofridos pelo povo caribenho que migrou para a Inglaterra.

2.2 Diáspora: na resistência de uma hegemonia

As relações diaspóricas começaram a ser estudadas por Hall através dos caribenhos que migraram para a Inglaterra. Vários aspectos são abordados sobre o efeito da construção e desconstrução da identidade dos que são levados a entrar numa nova sociedade à qual não pertencem, mas que vai passar a ser a única possível. Neste trabalho serão usadas categorias referendadas pelos estudos diasporicos de Hall sobre os caribenhos, para perfazer uma análise da diáspora no nordeste. Ao longo das reflexões será possível perceber as várias semelhanças entre os caribenhos e os nordestinos diaspóricos. “Embora se dirija à situação britânica, marcadas por ondas recentes de migração das antigas colônias, para a reflexão sobre aspectos teóricos da política cultural brasileira valem as

transformações do discurso identitário nacional”. (SOVIK, 2002, pg, 19). O nordeste, apesar de ser ex-colônia de Portugal como todo Brasil, exerce a sua função de dominado perante as hegemonias: econômica, cultura, social e política do sul do país.

Numa profunda reflexão sobre a diáspora Hall diz que a pobreza o subdesenvolvimento, a falta de oportunidades, forçam as pessoas a migrar provocando o espalhamento – a dispersão, mas que cada um, retorna com a promessa de retornar (HALL, 1999, p. 28). No Caribe, assim como no nordeste e no Brasil, as questões das diásporas são diferentes daquelas em que um povo busca a terra prometida para restabelecer sua pátria, (HALL, 1999, p. 30), pois são nações constituídas de vários povos ambos. Ainda pouco conscientes do retalhamento identitário sofrido vão atrás da esperança uma vida melhor. Apesar disso, em pesquisas realizadas, os entrevistados também falam das eloqüentes dificuldades sentidas por muitos dos que retornam ao se religarem com as suas sociedades de origens. “Muitos sentem falta dos ritmos da vida cosmopolita com os quais tinham se aclimatado”. (Hall, 1999. p. 27). O desterramento é uma ferida para sempre aberta.

Hall apóia o conceito de diáspora sobre duas concepções diferentes: “Está fundado sobre a construção de uma fronteira de exclusão e depende da construção de um “Outro” e de uma oposição rígida entre o dentro e o fora”. (HALL, 1999 p. 33) Também vai chamar de “identificação associativa” com suas culturas de origens que permanecem fortes com a segunda e terceira geração, mesmo não sendo mais a única fonte de identificação. Assim como os nordestinos, todo mundo que vinha do caribe era caribenho independentemente da sua ilha de origem e as etnias minoritárias negras também formavam verdadeiras colônias.

No Brasil as diásporas nordestinas que foram para o sul começaram no final do século XIX, quando os emigrantes negros ainda eram escravos, pelos baianos levados para o vale do Paraíba, com a expansão da cultura do café. Em 1870 era a segunda maior colônia de emigrados no Rio de Janeiro.

Assim, como a abolição da escravidão, em 1888, havia permitido o início das ondas migratórias de trabalhadores negros do campo para a cidade, o rio de janeiro – Capital da Republica do Brasil desde 1889, com o título de Distrito Federal – transforma-se nos últimos anos do século XIX no centro de convergência do maior número dessas migrações internas. (TINHORÃO, 1998, p. 264)

Os grupos chegados dos meios rurais tinham tendências de se agruparem nas vizinhanças conforme suas origens: “pernambucanos sergipanos alagoanos e, logo em maior número, baianos” (id, p. 265). Esses grupos formavam uma verdadeira miscigenação das culturas, que Tinhorão chama de: “síntese cultural africano-nordestino”(1998, p. 265). Em dezembro e janeiro com as festas natalinas e em fevereiro com o carnaval os emigrantes manifestavam-se em comemorações a essas datas em sintonia com as manifestações locais das baixas camadas cariocas, em sua maioria, negros.

Os baianos, nessa época, eram as lideranças entre os nordestinos e a população das baixas camadas sociais, talvez pelo status de ser a segunda maior colônia do Rio de Janeiro. Essa junção cultural, na década de 1880, sob a organização dos baianos, resultaria no primeiro gênero de música popular brasileira de âmbito nacional, o samba.

Antes de falá samba, a gente falava chula. Chula era qualquer verso cantado. Por exemplo. Os versos que os palhaços cantavam era chula de palhaço. Os que saía vertidos de palhaços nos cordão-de-velho tinha as chulas de palhaço de guinzo. Agora, tinha a chula raiada, que era o samba de partido alto. Podia chamá chula raiada ou samba raiado. Era a mesma coisa. Tudo era samba do partido alto” (JOÃO DA BAIANA, 1974, apud TINHORÃO, 1998, p. 267)

O interessante na formação do samba é notar como a diáspora de um povo influenciando outros, e vice-versa, incentivou na construção do primeiro ritmos popular aceito nacionalmente e, apesar de ter nascido no Rio de Janeiro o samba é de origem híbrida, uma mistura de várias culturas, principalmente da Bahia.

Já Na década de 1950, segundo a música carcará de João do Vale, mais de 2 milhões de nordestinos já estavam foram das suas cidades natal:

Não vai morrer de fome Carcará mais coragem do que o homem Carcará Pega mata e come1950 mais de 2 milhões de nordestinos viviam foram de seus estados natais. 10% do Ceará emigraram; 13 do Piauí; 15% da Bahia; 17 de Alagoas.

Essas migrações nunca mais pararam e até hoje o sudeste recebe nordestinos, segundo o senso 2000, realizado pelo IBGE: ”De acordo com pesquisas

do Censo 2000, divulgados pelo IBGE, 3,4 milhões de brasileiros migraram em busca de melhores condições de vida entre 1991 e 2000. O principal destino é a região Sudeste, que recebe cerca de 70% dos emigrantes nordestinos”. Não é à toa que, com esses números, a cultura nordestina continue florescendo no Brasil e enraizando e misturando sua cultura com as diversas manifestações locais para onde se destinam. Aos poucos o forró está deixando sua caracterização como um ritmos apenas nordestino para se tornar nacional, porém historicamente suas origens sempre vão remetê-lo ao nordeste.

No início do Século XX essa miscigenação deu origem ao samba. Em meados desse século, apareceu o baião, que mais tarde resultaria no forró. Se não fosse Luiz Gonzaga, cedo ou tarde esse ritmo nordestino iria aparecer nas capitais. Hoje o forró sofre alterações por estar em contado com a indústria cultural, o que acelera e deturpa, mais ainda, o processo de hibridação com outras estéticas musicais diferentes das suas origens. Evoluções na cultura popular são saudáveis para mantê-la viva, mas as intervenções de uma indústria que a transforma em produto da moda. Dilaceram a cultura popular como característica identitária de um povo, num processo de homogeneização onde ela não pertenceria a ninguém.

2.3 Do popular: aceitação e resistência

Marilena Chauí divide a explicação de popular entre “ilustrados” e “românticos” onde os ilustrados são totalmente críticos e racionais e os românticos prende-se aos aspectos históricos e tradições do povo. Numa visão ilustrada existia diferença entre o povo, o nobre e trabalhador como instância jurídico-político legisladora e, a plebe como desprovida de cidadania. “A dualidade entre povo e povinho persistira na Ilustração. Haverá, para elas, o Povo como vontade universal e legisladora... e o povinho ou populacho, ignorante, supersticioso, irracional e, sobretudo sedicioso a massa perigosa. (Chauí, 1986 p. 17) Chauí analisa que o povo brasileiro com a visão de que eles ainda são desprovidos de cidadania. Do outro lado os românticos com a quebra do racionalismo:

Com o romantismo, delineiam-se os traços principais do que se tornou a cultura popular: primitivismo (isto é, a idéia de que a cultura

popular e a retomada e a preservação de tradições que, sem o povo, teriam sido perdidas) comunitarismo (isto é, a criação popular nunca é individual, mas coletiva e anônima, pois é a manifestação espontânea da natureza e do espírito do povo) e purismo (isto é, o povo por excelência é o povo pré-capitalista que não foi contaminado pelos hábitos da vida urbana). (Chauí, 1986 p. 19)

Stuart Hall levanta três significados sobre o que é o popular: o primeiro, usado nas formas comerciais como sendo aquilo que as massas consomem e apreciam; o segundo com um significado antropológico remete ao que é produzido pelo povo e para o povo. E no terceiro significado, pelo qual opta o autor de Diáspora, “Essa definição considera, em qualquer época as formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas” (HALL, 1981, p. 257) onde se define o popular sob a cultura dos “dominantes e subordinados” em que nas suas mais diversas modificações e as relações com as camadas dominantes sofre influências e são antagônicas. Colocando o foco na relação da cultura seu com as “questões hegemônicas”. (HALL, 1981p.258) colocando-as em uma condição de tensão.

Marilena Chauí, explica que conceito de hegemonia de Gramsci supera o de ideologia e cultura: onde a ideologia faria a mediação para legitimar a condição do povo “dominado e excluído” “Marx designou como o nome de ideologia, produção da universalidade imaginária e da unidade ilusória numa sociedade que pressupões , pões e repões as divisões internas da classe” Marilena descreve que para Gramsci, *a hegemonia é a cultura numa sociedade de classes*. (CHAUÍ, 1986, p. 21) superando o conceito de cultura quando observa a relação de dominante e dominado com o poder e de ideologia por observar a sociedade em movimento constante e não apenas como um conjunto de regras.

Na transformação social do desenvolvimento do capitalismo o povo se transforma em massa e surge o termo sociedade de massa, onde não existiria mais o povo como forma de resistência, pois tudo seria juntado e denominado como um só, uma cultura feita para massas, como uma democracia. Em lugar oposto à massa estaria a elite. É neste contexto reflexivo que surgem o frankfurtianos trazendo o conceito de indústria cultural. Para Stuart Hall, o capital tinha interesse na cultura das classes populares porque a constituição de uma nova ordem social em torno do capital exigia um processo mais ou menos contínuo. (HALL, 1981, p. 248)

Ainda para Marilena Chauí, cultura seria denominada num sentido amplo, como o campo simbólico e material das atividades humanas, estruturadas pela etnografia, etnologia e antropologia, além da filosofia. E, em sentido restrito, tende a se identificar com a posse do conhecimento habilidades e gostos específicos, com privilégios de classes.

2.4 Uma visão frankfurtiana

Na década de 1940 surge pela primeira vez a expressão “indústria cultural”, criada pela Escola de Frankfurt, entendida como uma indústria que: “desempenha as mesmas funções de um estado fascista e que ela está assim, na base do totalitarismo moderno ao promover a alienação do homem” (COELHO, 1999, p 28,). Os frankfurtianos ganharam o nome de apocalípticos, numa visão de Umberto Eco, ao declararem que vêem a “indústria cultural como um estado avançado de ‘barbárie cultural’ capaz de produzir ou acelerar a degradação do homem” (COELHO, 1999, p27)

No Brasil as influências frankfurtianas geraram diversos resultados, que podem ser fruto da:

heterogeneidade imanente à escola...e pela variação histórica do contexto em que ocorreu entre nós a recepção dos frankfurtianos... A Escola de Frankfurt passou no Brasil da condição de estímulo intelectual à contracultura irracionalista, no início dos anos 70, para base teórica de uma vigorosa defesa da razão contra o surto irracionalista do atual pós-moderno (COUTINHO, 1990, p. 185/6)

Num primeiro momento, Herbert Marcuse era o frankfurtiano mais aclamado no Brasil, “foi a peculiar situação brasileira dessa agitada segunda metade dos anos 60” (COUTINHO, 1990, p. 187) Marcuse era conhecido internacionalmente como fonte ideológica dos estudantes rebeldes nos EUA e na Europa. Chegou ao Brasil em uma época em que os intelectuais já não se achavam contemplados com a oposição de esquerda do PCB. A ‘grande recusa’ de Marcuse seria a chave para toda inquietude revolucionária, servindo como elemento da nova esquerda brasileira, misturando-se com: Althusser, Mao e Debray davam-lhes a contestação radical que envolvia ao mesmo tempo a ditadura e ao PCB (que estavam renovando suas ideologias com o projeto nacional-popular de Gramsci e o racionalismo humanista de

Lukács, mas se mantinham as velhas propostas marxistas). Num plano da cultura esse vínculo era visto como “proposições estético-ideológicas conservadoras ou populistas.

Com o fracasso das lutas armadas de desintegraram, a vertente althusseriana aliou-se ao estruturalismo e passou a dominar as produções universitárias e o editorial no campo das ciências humanas. E os que mantiveram-se com a grande recusa passaram a se tornar oposição política se convertendo numa rejeição global da cultura. Com uma releitura de Marcuse vai nascer, no início dos anos 70 o movimento de contracultura chamados também, de romântico-anticapitalista com o estímulo para contestação armada à ditadura. (Coutinho, 1990 p. 188). Coutinho questiona o quão certo essa releitura foi feita, uma vez que Marcuse oferece interpretações críticas apoiado na interpretação hegelina do marxismo.

Marcuse deixou o fortalecimento do irracionalismo no Brasil. Nos meados dos anos 70 os espaços culturalistas do período anterior, tinham se politizado. Gramsci, que quase tinha sido esquecido, tornava-se agora reflexão marxista obrigatória. Trabalhos como de Horkheimer, Adorno, Harbermas e Benjamin, são editados tirando o monopólio de Marcuse. Nesse segundo período encontramos Rouanet, com uma vertente frankfurtiana que propõe soluções culturais bastantes próximas da tradição dialético-racionalista. Assim, faz um combate ao pós-modernismo, com empenho em conservar a distinção “entre alta cultura, por um lado, e, por outro, a cultura popular e de massa” (Coutinho, 1990, p.193).

Com uma visão Gramsciana, Coutinho fala que Rouanet toma posturas muito rígidas ao distinguir os vários níveis da cultura “e, mais concretamente, da consciência social que se expressa através das obras culturais.” Mas que ele nos adverte para o fato de que “a alta cultura e a cultura popular são duas metades de uma totalidade cindida... e que só poderá recompor-se na linha de fuga de uma utopia tendencial” (Coutinho, 1990 p. 194) também Adorno, em sua posição radical à indústria cultural, afirma que cultura de massa é essencialmente alienada. E que por um lado devemos proteger a cultura popular, vista aqui como folclore e também a alta cultura, mas devemos proteger ambas contra a “cultura de massa nacional e estrangeira”.

O que Rouanet chama de folclore Gramsci vai chamar de “amalgama bizarro de elementos heterogêneos proveniente da cultura superior do passado” A cultura popular forma então um senso comum com *praxis* simples. Para Gramsci a luta por uma nova cultura (momento da luta por uma nova hegemonia) implica um esforço no sentido de depurar o senso comum e elevá-lo ao nível do bom senso.

3. JINGLE E O FORRÓ OU O FORRÓ E OS JINGLE

Quando se aproxima a época das eleições no Brasil, o que comumente se ouve sem rádio e TV são músicas tentando persuadir o cidadão a votar em certo candidato. Estas músicas são denominadas *jingles* políticos, uma modalidade da Indústria Cultural.

O que parece inofensivo pode, no entanto, causar grande impacto no eleitor, pois o produto com formato sedutor é estrategicamente estruturado e pensado para atrair certos segmentos, envolvendo processos de pesquisa de mercado para determinar público-alvos e oferecendo-lhe o que mais o sensibiliza. Cria-se um tema em cima das expectativas do eleitor, levando-o a celebrar um interesse comum.

Os *jingles* políticos têm que chamar a atenção, passando uma mensagem objetiva, rápida e sonoramente agradável. Para alcançar um forte laço de identificação com o eleitor, utilizam de apelos sociais e artistas que estejam em voga. Há basicamente três tipos de músicas políticas: as que criam letra e melodia próprias; as paródias, em que a melodia continua a mesma e só é mudada a letra. Nesse caso, o jingle político criado se parece com o sucesso escolhido, possuindo pequenas modificações na estrutura e melodia a fim de não afetar Direitos Autorais; e, finalmente, há as músicas sem propósito de venda direta a um candidato, mas na qual fazem alusão à eles ou a política adotada por eles.

Para o professor Plínio João de Souza, de Sistemas de Informação da PUC-SP, dependendo do trabalho ele é lembrado para o resto da vida, passando de geração a geração. Você pega o subconsciente, o lado emocional e associa ao comportamento de consumo da pessoa. (...) Juntando a melodia, as rimas, o dia-a-dia e as associações do cotidiano, o resultado é fatal. (MAURICIO, 2006)

Segundo o professor da PUC-SP, é um processo irracional, uma vez que é inculcado de forma “subliminar” – não seria aqui o caso de discutir se mensagem subliminar existe, também se existir não concordo que funcione, mas o fato é que os jingles trabalha com o campo significativo da subjetividade. Segundo o professor Plínio João de Souza(2006):

Afirmar que o voto inconsciente – facilmente levado pela propaganda eleitoreira – é atitude de pessoas menos escolarizadas pode ser um preconceito, na opinião de Robson Colosio, psicólogo social do Departamento de Psicologia Social e do Trabalho do Instituto de Psicologia da USP. Segundo ele, não há estudos que comprovem a tese popular. “Depende do grau de organização psíquica da pessoa, independe do grau de escolarização, diz. Se ela não tem bons relacionamentos afetivos, profissionais e culturais, agarra-se aos elementos do mundo externo e talvez seja influenciada, pois não é capaz de definir por si própria... Sendo assim, qualquer pessoa, independentemente da classe social, pode ouvir um jingle eleitoral e, na hora de votar, agir conforme pede a “musiquinha” (MAURICIO, 2006).

Segundo Francisco Ferraz, autor do livro Manual Completo de Campanha Eleitoral, não se deve abusar dos efeitos sonoros. O autor afirma que “os efeitos sonoros são refúgio dos produtores sem imaginação. Eles são o tempero, portando, não abuse deles.” Para ele esses efeitos são para integrar-se a propaganda e não para concorrer entre si. Usando-a com “parcimônia” ela podem ajudar a estimular a imaginação. Francisco também afirma que, “A música é própria do rádio” (Ferraz, 2003:200)

O autor defende o uso do rádio e cita seis vantagens em relação à TV: a primeira vai falar que o rádio: “usa uma das forças mais poderosas da mente humana: a imaginação” (Ferraz, 2003 p. 196) ainda reforça o seu pensamento com a expressão: “o rádio é o teatro da mente” (Ferraz, 2003 p. 200). Em seguida ele explora as teorias sobre mídia quente e fria de Marshal McLuhan:

O rádio é uma mídia mais íntima que a TV, seu impacto pode ser mais significativo que a TV, exatamente porque as imagens que ela enseja estão dentro da cabeça do ouvinte, se individualizam, enquanto as da TV são as mesmas para todos.(Ferraz, 2003. p196)

Continuando as vantagens, o autor explora a idéia de onipresença e afirma que a do rádio é maior que a da TV. Em terceiro lugar, o rádio consegue atingir mais com uma comunicação segmentada, que aproxima o ouvinte, conseguindo atingir mais segmentos pelas variações dos programas. Em quarto, as relações de custo/benefício do rádio são mais baratas. Em quinto, o autor afirma que o uso de ataque aos candidatos são mais eficientes no rádio, pois não estão acompanhados de imagens o que pareceria menos agressivo. E em sexto lugar está

o fato de que a maioria das campanhas no Brasil, sobretudo as municipais, não tem acesso a TV.

Em contrapartida, nas campanhas presidenciais de 2002, o candidato eleito Luiz Inácio Lula da Silva dedicou 10,6% de sua campanha para os jingles numa campanha que priorizou a análise de conjuntura, (RUBIM, 2003 p. 48) em que o ritmo da principal música era o forró, com o refrão: “É só você querer/ que o amanhã assim será/ bote fé e diga Lula/ eu quero é Lula – no primeiro turno – agora é Lula – no segundo turno” (Péri e Duda Mendonça, 2002.) 10% é um índice considerável para ser um elemento que deveria ser utilizado apenas como um “tempero”. O autor descreve as vantagens da rádio e fala do poder causado perante a mente humana com a imaginação. O interessante é a descrença de Ferraz, autor do livro Manual Completo de Campanha Eleitoral, desse mesmo poder transmitido pela música.

3.1 Quando começou a apropriação do forró pela política?

Foi na campanha do ano de 1914 que a primeira peça do estilo apareceu. Utilizada pelo presidente Marechal Hermes da Fonseca, que popular em sua fama de agourento e conhecido por “seu Dudu”, lançou a marchinha “Ai Filomena” (“Ai Filomena, se eu fosse como tu / Tirava a urucubaca da careca do Dudu”). O resultado nas urnas não foi o esperado, sendo ele vencido por 90% dos votos pelo seu oponente Wenceslau Brás, mas a marchinha foi um sucesso no carnaval.

Com a chegada do rádio no Brasil, em 1922, o *jingle* político passou a atingir as multidões. Nesta época, tempo dos discos em 78 rotações, “as campanhas eleitorais já eram fartas no que hoje chamamos de baixarias” (Valente, 2006). Diferente de hoje, antigamente, a intenção dos jingles era de destruir as reputações, como no criado para o presidente Arthur Bernardes, que fazia alusão a sua suposta homossexualidade.

Os ritmos mais usados pelos *jingles* desde 1914 e a introdução de outros ritmos foi se inserindo aos poucos. Em 1994 segundo um histórico dos *jingles*, do *site* Clube do *Jingle*, a campanha do Lula, *ganhou* uma versão em pagode e a de Fernando Henrique Cardoso uma versão sertaneja acompanhada de sanfona – provavelmente Dominginhos -, mas foi em 2002 que a explosão de ritmos nos

jingles dos presidenciáveis ganhou força, agradando do norte ao sul do país. Os *jingles* foram compostos em diversos ritmos, como o pagode, sertanejo, samba e forró, entre outros.

Além de *jingles* para campanhas eleitorais, a música é utilizada pela política, primeiro numa tentativa de controle e segundo no sentido de criar uma identidade nacional com elementos da cultura popular brasileira. Marilena Chauí fala da incorporação popular tanto pela classe dominante quanto, de forma temporal, no nível político.

como por exemplo, a incorporação do popular pelo populismo dos anos 30-40 e do início dos anos 60, ou sua visão militarizada na ditadura dos anos 60-70; isto é forma de controles políticos das expressões culturais e sua vinculação a novas classes sociais, como o caso das religiões africanas e as classes médias urbana. (Chauí, 1986. p. 92)

Segundo a autora esse movimento vai ser explicado por Nestor Garcia Canclini como, do popular ao nacional e do nacional ao típico.

3.2 O forró de passagem

O forró em 2006 foi o principal ritmo usado pelas campanhas dos candidatos a presidentes. Os *jingles*, esse ano tocaram pela primeira vez em forró e depois ganhou versões em outros: como axé, sertanejo, samba, frevo. Esse efeito é chamado pelo marketing de segmentação. Com esta estratégia que incide sobre as massas de migrantes brasileiros podem-se atingir um universo maior e com mais eficiência. O forró é um ritmo que além de atingir toda a região do Nordeste, atinge também os nordestinos migrantes e suas gerações descendentes que costumam fixar fortemente suas raízes em seu novo ambiente. Além disso, é uma música alegre e de fácil memorização.

No primeiro dia de exibição da propaganda eleitoral gratuita na televisão, candidatos usaram o forró, clássico da música nordestina, como "jingle" de campanha. O intuito é, provavelmente, conquistar votos na região Nordeste, reduto eleitoral do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, candidato à reeleição e líder nas pesquisas. (CIMINO, 2006)

Além do diálogo natural com os migrantes, o forró é um ritmo que nos últimos 20 anos ganhou visibilidade nacional, antes poderia dizer que o forró é utilizado pela política para falar com os nordestinos, dentro, ou fora de lá. Foi o que aconteceu com os vários *jingles* que Luiz Gonzaga produzia para os coronéis da ditadura ou para quem o cantor acreditasse *que tinha* com o intuito de ajudar o nordeste. Ressalve-se, no entanto, que na época das “vacas magras” esses *jingles* eram uma forma do músico de Asa Branca continuar o seu sustento, produzindo musicas para: “UDN, PSD, PTB e promovia políticos rivais, partidos opostos e ideologias antagônicas” Um de seus jingles mais lembrados é a conhecida música Paraíba masculina.

E creio que, antecipando o fim das ideologias, Gonzaga foi para além do seu tempo, procurou todos os políticos, principalmente os que estavam no poder, não para reivindicar posições pessoais, e sim melhorias para os seu nordeste, e sua Exu, cidade por quem sempre manteve um carinho de filho amantíssimo (Mendes apud Oliveira, 2000, p.154)

Diferente de como acontecia no passado que as marchinhas imperavam e o forró era usado com o intuito de atingir o público nordestino e emigrados o forró, nessa eleição, é identificado como um ritmo nacional. Hoje ele já não é mais uma música popular que virou moda na classe média por intermédio da mídia, a própria classe média, do centro-sul já inventou uma vertente chamada “forró universitário” como foi mostrado no primeiro capítulo desta pesquisa.

Cada candidato tem motivos próprios ou sinalizados por suas assessorias para escolher o forró como ritmo oficial. O *jingle* da primeira fase da campanha de Lula é um baião - ritmo precursor do forró - produzido pelo “marqueteiro” e jornalista João Santana, com autoria de um piauiense, músico, que faz composições de forró conhecido como Lázaro do Piauí. A estratégia de campanha tinha como objetivo “reforçar a identidade do presidente com as camadas mais humildes da população (...) O baião “É lula de novo com a força do povo” é um dos ritmos musicais do Nordeste, região na qual o petista apresenta taxa de intenção de voto em torno de 70% contra cerca de 10% do principal adversário, o tucano Geraldo Alckmin.”

(ALENCAR, 2006, p.???) . Além disso, em seus discursos políticos e debates, Lula reafirma sua condição de retirante; em comparação com seu adversário, Lula fala de seu vínculo de sangue com o nordestino - Record). Para a segunda fase da campanha, foi usado um samba “Não Torque O Certo Pelo Duvidoso” e outro forró de autoria do Lazaro do Piauí, Deixa o Homem Trabalhar:

."É um jingle puramente eleitoreiro, pela continuidade. Perdeu a história política que havia em outros jingles do PT, como o Lula lá. É um convite para dançar com o presidente, continuar o baile", critica o cientista político Marcus Figueiredo, do Instituto Universitário de Pesquisa do Rio (IUPERJ), especialista no estudo de persuasão eleitoral. O autor do jingle é Lázaro do Piauí, 51 anos, economista, nascido em Teresina, que deixou o emprego no Sebrae há 15 anos para se dedicar ao forró. (Pollyana Rocha, 2006)

Nosso Brasil no rumo certo
Deixa o homem trabalhar
O futuro não é mais incerto
Deixa o homem trabalhar
Nosso povo agora é quem decide
Deixa o homem trabalhar
Lula vai continuar
Eu quero Lula lá (Lazaro do Piauí)

Geraldo Alckmin ganhou uma versão feita por Dominginhos “Aperte a mão de Geraldo” Alckmin, aliado ao jingle quer mostrar que também veio de origem humilde, e que seria o homem certo para o povo porque venceu na vida, tem credibilidade como administrador, pois tem uma boa aceitação em São Paulo, cidade que governou e que é acima de tudo honesto, um homem em que o eleitor pode confiar. Segundo a análise do cientista político Souza Carreirão: (Último acesso em 30/10/2006): “*O que pesa para esses eleitores, independentemente da escolaridade, é a avaliação do desempenho do presidente em exercício e de certos atributos dos candidatos, como honestidade, experiência administrativa e credibilidade*”.

Seria com essas características, que Geraldo iria tentar tirar o seu atestado de paulista classe média que seu nome trás. Sem nenhum vínculo com migração ou nordestino, que o Lula consta a seu favor ele seria o homem certo para o povo porque venceu na vida, mas é um homem confiável que quer cuidar da população mais pobre do Brasil para ser a solução e dar novos rumos para os problemas nacionais.

3.3 O Jingles de Lula e Geraldo

Enquanto Lula fixou sua campanha na identificação com o povo brasileiro abordando suas semelhanças caracterizadas primeiro: por um passado de pobreza, diaspórico e pela sua raiz nordestina, com a expressão “é o presidente povo” sugerida pelo jingle “ É Lula de novo com a força do povo”. Depois seguiu com os conceitos das análises de como o povo vota, dada pelo cientista político Souza Carreirão, [acima mencionada]. Num misto do presidente do povo com honestidade - apesar de todas as crises que seu partido sofre nos últimos três anos que antecederam as eleições Lula, o presidente conseguiu mantêr uma imagem de político honesto que não tem medo de romper com seu próprios companheiros que erraram – conseguiu, também provar que tem capacidade para governar o Brasil, principalmente nas camadas populares, onde o norte e o nordeste o apoiaram majoritariamente. Com isso, passou a ter toda a credibilidade que o seu eleitorado precisava para votar nele.

Foram os temas da campanha de lula: É Lula De Novo Com A Força Do Povo, Não Troque o Certo Pelo Duvidoso e Deixa O Homem Trabalhar. Todos, títulos de seus Jingles de campanha, que coloca sua imagem de “povo presidente” como sugere o *jingle*, mexendo com a alta-estima baixa para um povo que sofre com as falta de condições de um país tão desigual como o Brasil, de onde um homem precisa deixar sua terra para se sustentar. Nesse país, um homem do povo conseguiu ser Presidente da Republica Federativa do Brasil.

A música É Lula de Novo com a Força do Povo retratava essa alta-estima com alguns versos de resistência aqui explorados: “*Quando o povo quer, ninguém domina.. / O Brasil quer seguir em frente / Com o primeiro homem do povo presidente... / É o primeiro presidente que tem a alma do povo / Onde o presidente é povo / E o povo é presidente / Lutando! A esperança não se cansa...* Ainda ao som de forró, com uma parte retirada e modificada da musica de um imigrante nordestino que lutou e conseguiu impor a músicca do nordeste no Brasil: Luiz Gonzaga. O jingle faz alusão à música Olha eu aqui de novo Cantando / olha eu aqui de novo: para canta.../ olha eu aqui de novo xaxando olha eu aqui de novo para xaxar Na seguinte

forma: *Nós estamos aqui de novo... Cantando! Um sonho novo... Pra sonhar! Nós estamos aqui de novo... Lutando! A esperança não se cansa... De gritar:*

É LULA DE NOVO COM A FORÇA DO POVO!
 Não adianta tentarem me calar
 Nunca ninguém vai abafar a minha voz
 Quando o povo quer, ninguém domina
 O mundo se ilumina, nós por ele e ele por nós
 O Brasil quer seguir em frente
 Com o primeiro homem do povo presidente
 Ele sabe governar com o coração
 E governa pra todos com justiça e união
 É o primeiro presidente que tem a alma do povo
 Que tem a cara da gente
 São milhões de Lulas povoando este Brasil
 Homens e mulheres noite e dia a lutar
 Por um país justo e independente
 Onde o presidente é povo
 E o povo é presidente
 Nós estamos aqui de novo...
 Cantando! Um sonho novo...
 Pra sonhar! Nós estamos aqui de novo...
 Lutando! A esperança não se cansa...
 De gritar:
 É LULA DE NOVO COM A FORÇA DO POVO!

“Não troco o Certo pelo duvidoso” seria a reafirmação de que o povo que antes não tinha cidadania estava mudando por causa do governo do presidente: *Não vou jogar fora o que ganhei / Perder tudo que alcancei / Com Lula minha vida melhorou.* A musica também ressalta o o outro governo seria incerto e que era melhor não confiar: *Não vou deixar a velha turma Me enganar / Por mais que eles tentem / Não vão voltar*

“Não troco o certo pelo duvidoso”
 Não troco o certo
 Pelo duvidoso
 Eu quero Lula de novo
 Não vou jogar fora o que ganhei
 Perder tudo que alcancei
 Voltar para o sufoco
 Pra que começar tudo do zero
 Se eu sempre soube o que quero
 Com Lula minha vida melhorou
 É apenas o começo
 Vem mais coisa sim senhor
 Não vou deixar a velha turma
 Me enganar

Por mais que eles tentem
 Não vão voltar
 Quanto mais eles mentem
 Não vão ganhar
 Não sou bobo, não sou louco
 É Lula de novo com a força do povo

Deixa o homem trabalhar seria o misto dos conceito que a campanha quer passar:

"Deixa o Homem Trabalhar"

A voz de Deus é a voz do povo
 Olha Lula ai de novo
 Ele é um grande presidente
 E vai continuar com a gente

Não troco o certo pelo duvidoso
 Eu quero Lula de novo
 Lula é um grande presidente
 E vai continuar com a gente

Continua nosso presidente
 Eu quero Lula lá
 Humilde justo e verdadeiro
 Eu quero Lula lá
 Não é só o nosso presidente
 Eu quero Lula lá
 É um grande amigo da gente

Nosso Brasil no rumo certo
 Deixa o homem trabalhar
 O futuro não é mais incerto
 Deixa o homem trabalhar
 Nosso povo agora é quem decide
 Deixa o homem trabalhar
 Lula vai continuar
 Eu quero Lula lá

Nosso povo pobre hoje tem vez
 Eu quero Lula lá
 Meu Brasil auto suficiente
 Eu quero Lula lá
 Lula governa para todos
 Eu quero Lula lá
 Por isso é que ele é diferente

Eu quero Lula lá
 Deixa o homem trabalhar
 Ta tudo andando direitinho
 Deixa o homem trabalhar
 Ele trata o povo com carinho

Eu quero Lula lá
A gente não tem porque mudar

Geraldo, não tinha aliado à sua imagem, a imagem nordestina, mas tinha a seu favor a competência como governante e entrelaçava ainda o aspecto do político honesto e trabalhador que queria beneficiar o Brasil: o seu principal ritmo foi o forró cantado pelo discípulo de Luiz Gonzaga, Dominginhos, os versos do *jingles* sugere que ele pode melhorar o Brasil governando para todos mas seu principal argumento era Por um Brasil honesto e competente, Geraldo presidente:

O Brasileiro gosta tanto da verdade
E a verdade está ai pra quem quer ver
Mude o caminho conserte o país da gente
Resgate os sonhos e deixe o Brasil crescer
Aperte a mão de Geraldo, minha gente
E conheça um brasileiro de valor
Um cara inteligente e com coração
Ele é um vencedor
Quem conhece, sabe
Que ele fala e faz
Quem acreditou
Nunca se enganou...
Então pense direito
O brasil tem jeito
É Geraldo sim senhor
Vai ser melhor assim, vai vai
Geraldo presidente, vai sim
Quem conhece sabe
Para um país descente
nunca se enganou
Ele é experiente
Vai ser melhor assim
Geraldo presidente
Ele sabe o que faz
Ele sabe o cominho

Por um Brasil honesto,
Competente,
Geraldo presidente

Considerações Finais

Esse trabalho analisou o forró como um produto cultural, ou seja, um ritmo híbrido que tem entrelaçado à sua imagem a característica de ser uma forma simbólica típica da cultura popular nordestina, mas que, recentemente ganha novos “usos”. Como visto, esse ritmo chegou à metrópole, São Paulo, junto com muitos imigrantes nordestinos. O forró se tornou um importante elemento de identificação “desconstruída” de alguém que chega a uma contexto à qual não pertence. Este gênero popular virou o símbolo dos retirantes, mas por outro lado ganhou novas significações e foi englobado pela Indústria Cultural passando a ser produto para as “massas”. Essa mesma massa que é a massa de eleitores na época de eleições.

Nas eleições de 2006, o forró foi usado por vários candidatos que pretendiam apresentar-se para os com os eleitores, não apenas os nordestinos, apesar de serem, alguns, muito associado ao nordeste. Mas, o forró já faz parte da classe média de quase todo o Brasil entre outros ritmos populares. A diferença é que em 2006 esse gênero musical foi o principal ritmo das campanhas dos dois mais fortes candidatos à presidência da república: de um lado, Lula, acentuando sua imagem de homem popular, nordestino e imigrado, do outro, Geraldo Alckimim, usando o forró para falar com o eleitor na região onde o candidato tinha mais rejeição e também para apascentar os nordestinos que vivem na cidade de São Paulo.

Recomendações

Para futuros estudos, um tema merecedor de debate acadêmico seria a relação do forró com o samba e a eficiência de ambos no processo de comunicação entre as diversas camadas sociais. Ambos, forró e samba, nasceram da criação popular e são recorrentemente apropriados pela mídia para alcançar distantes públicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MATTELART, Armand. NEVEU, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola, 2004
- HALL Stuart, *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Sovik, Liv (org). Belo Horizonte: UFMG, 2003
- CAMPOS, Eduardo. *Folclore do Nordeste*. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1960
- COELHO, T eixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1. ed.1980
- DREYFUS, Dominique. *Vida do Viajante: A Saga de Luiz Gonzaga*. 3. ed. São Paulo: 34 Ltda, 1996
- CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- COUTINHO, Carlos Nelson. *Cultura e Sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas*. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.
- OLIVEIRA, Gildson. *Luiz Gonzaga: O Matuto que Conquistou o Mundo*. 7. ed. Brasília: Letraviva, 2000
- PASCHOAL, Marcio. *Pisa na Fulo, mas não Maltrate o Carcará: Vida e Obra do Compositor João do Vale, o Poeta do Povo*. Rio de Janeiro: Lumiar, 2000
- SILVA, Expedito. *Forró no Asfalto: Mercado e identidade Sociocultural*. 1.ed. São Paulo: Annablume, 2003
- TINHORÃO, Ramos, José. *História Social da Música Popular Brasileira*. 1.ed. São Paulo: 1998
- CIMINO, James. **Propaganda eleitoral usa forró para cativar eleitor do Nordeste**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u81439.shtml>>. Acesso em: 25 out. 2006

FERRAZ, Francisco. **Manual completo de campanha eleitoral**. Porto Alegre: L&pm, 2003

MAURICIO TALIS. **ARTIMANHAS MARQUETEIRAS**: Jingle, método eficiente para convencer os eleitores. Disponível em:
<<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=399JDB010>>. Acesso em: 12 out. 2006

ROCHA, Pollyana. **No portal AZ**:: Lázaro do Piauí fala do jingle usado na campanha de Lula. Disponível em:
<http://www.portalaz.com.br/az/noticias.asp?secao=Geral-icia_id=58944>. Acesso em: 25 out. 2006.

PE-AZ (Ed.). **Baixarias de campanhas políticas em 78 rotações**. Disponível em:
<http://www.pe-az.com.br/politica/historia_campanha_samuel_valente.htm>. Acesso em: 19 out. 2006

PORTAL CARUARU (Ed.). **Forró**. Disponível em:
<http://caruaru.com.br/modules/xt_conteudo/index.php?id=>. Acesso em: 4 out. 2006

Radio Som Zoom. Disponível em: <http://www.somzoom.com.br/> . Acesso em: 10 out. 2006.