

Revista Mídia e Cotidiano
Artigo Seção Temática
Volume 11, Número 3, dezembro de 2017
Submetido em: 24/08/2017
Aprovado em: 07/11/2017

TRADIÇÃO E MODERNIDADE: música caipira e sertaneja na editoria de música da revista veja

TRADITION AND MODERNITY: folk and country music on the music session of VEJA magazine

Fernando LOPES¹; Karina Janz WOITOWICZ²

Resumo:

A partir da década de 1970, a música caipira iniciou seu processo de urbanização, o que gerou tensões e disputas de narrativa no folclore, na academia e no jornalismo, tensões estas que têm como principal eixo a oposição entre tradição e modernidade. Ao partir da premissa de que o jornalismo é um construtor da realidade, busca-se no presente artigo identificar de que maneira a revista *Veja* lida, em sua editoria de música, com estas tensões, que ainda perduram. Para os fins específicos deste artigo, serão utilizados alguns dispositivos da análise de discurso aplicados aos cinco textos mais recentes sobre o tema, de modo a oferecer um panorama inicial sobre a questão. Também serão identificados os gêneros jornalísticos utilizados na editoria, de modo a oferecer uma leitura complementar sobre os espaços mantidos na revista para tematização da música caipira e sertaneja.

Palavras-chave: jornalismo cultural, identidade, análise de discurso, música caipira.

Abstract:

Since the 1970s, the Brazilian country music began its urbanization process, which generated tensions and narrative disputes in folklore, academy and journalism, which have as a main axis the opposition between tradition and modernity. Starting from the premise that journalism is a constructor of reality, this article seeks to identify in what way *Veja* magazine, in its music column, deals with these tensions, that remain. For the specific purposes of this article, some discourse analysis devices will be used, applied to the five most recent texts on the subject, in order to provide an overview of the issue. Also will be identified the journalistic genres used in the magazine, in order to offer a complementary reading about the spaces kept in the magazine for theming the Brazilian country music.

Keywords: Cultural journalism, identity, discourse analysis, Brazilian country music.

¹ Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Mestrando em Jornalismo na mesma instituição. Email: fernandolopes@zoho.com.

² Doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Editora da Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF). E-mail: karinajw@gmail.com.

Introdução

Enquanto manifestação folclórica por excelência das regiões Sudeste e Centro-Oeste do país, a música caipira teve caráter inicialmente marginal, restrita a uma população rural ou suburbana, se transformando ao longo das décadas através de apropriações da indústria cultural que alçaram o gênero à preferência nacional, em um movimento que teve início na década de 1970 e atingiu seu ápice na primeira metade dos anos 1990.

Para uma linhagem de intelectuais orgânicos, esta apropriação pela indústria representou a diluição da substância da música caipira, que “passa a ser mais uma fonte de exploração de riquezas de que a indústria cultural lança mão” (CALDAS, 1979, p. 6). Dentre estes autores há “românticos” – ou seja, aqueles que aceitam a música sertaneja como ramificação da música caipira, mas adotam um tom saudosista -, como Rosa Nepomuceno, Romildo Santana e Antônio Candido; em uma linha marxista, há autores como Waldenyr Caldas, Jean Carlo Faustino e José de Souza Martins. Também merecem atenção aqueles que advogam uma posição isenta, focando-se na genealogia do estilo musical, como Marta Ulhôa (ALONSO, 2015). Para estes intelectuais - especialmente os marxistas -, o fenômeno da modernização sequer desperta atenção acadêmica.

Uma referência importante no debate sobre tradição e modernidade situa-se em Renato Ortiz (1988), que problematiza os impactos da cultura de massa nas manifestações da cultura³. Sua abordagem ocupa papel destacado na problematização aqui proposta, uma vez que tais conceitos norteiam as percepções sobre música presentes nos discursos da mídia. Também os estudos de José Ramos Tinhorão (1994), em que pesem as

³ O autor situa a discussão em torno da cultura a partir das influências do pensamento (pessimista) dos teóricos de Frankfurt e das referências de esquerda, especialmente das ideias de Antonio Gramsci, nos anos 70. Renato Ortiz lembra que, “se os anos 40 e 50 podem ser considerados como momentos de incipiência de uma sociedade de consumo, as décadas de 60 e 70 se definem pela consolidação de um mercado de bens culturais” (1988, p. 113), quando se desenvolvem a TV, o cinema e a indústria editorial.

angulações do autor, demarcam um importante percurso em torno da música brasileira, marcado pelo afastamento das classes populares e pelas apropriações do mercado.

Há, ainda, autores que se debruçam sobre a música sertaneja para compreender sua relação com a modernização brasileira a partir dos anos 1970. Um dos expoentes desta vertente é Alonso (2015), que desenvolveu o tema em sua tese de doutorado *Cowboys do Asfalto: música sertaneja e modernização brasileira*⁴.

Para Alonso, em termos acadêmicos há “diversas lacunas que atravessam a música sertaneja, dificultando a própria compreensão da sociedade brasileira como um todo” (2015, p. 22). Ou seja, para o autor, independente de julgamentos estéticos, a música sertaneja “moderna” (ou seja, dos anos 1970 em diante) não pode ser deixada de lado na academia se o objetivo é compreender a identidade nacional através da música.

Estas disputas permeiam o jornalismo cultural, que delas se apropria e produz determinados discursos. De acordo com Sérgio Gadini,

a realidade presentifica-se, projeta-se e se constrói pelos discursos. Isso ocorre também com o jornalismo, onde opera, como condições de possibilidades, uma série de elementos e relações que interagem, direta ou indiretamente, na vida das pessoas envolvidas (GADINI, 2009, p.67).

Embora a disputa entre tradicionalistas e modernizadores seja o eixo mais evidente desta questão, há pormenorizações que auxiliam (e complexificam) a compreensão do fenômeno. A valorização do homem do campo como símbolo de pureza e honestidade – uma derivação contemporânea do “bom selvagem” – já foi utilizada como argumento, por exemplo, tanto pela ditadura militar quanto pela intelectualidade urbana de esquerda (ALONSO, 2015). Não se trata apenas, portanto, de identificar um hipotético momento em que a música caipira deixou de ser uma manifestação folclórica para se

⁴ Tese de doutorado apresentada no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense.

tornar “apenas mais uma peça da máquina industrial do disco” (CALDAS, 1979, p. 80), mas de observar o contexto sócio-histórico em que estas manifestações se posicionam.

Sendo o Jornalismo um discurso “ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos” (BENETTI, 2010, p. 107), esta análise pode ajudar a compreender a evolução (em sentido cronológico) desta manifestação cultural. Neste momento específico, serão observados os textos mais recentes sobre o tema, com o objetivo de identificar como a *Veja* estrutura a música sertaneja enquanto manifestação cultural. Para fins de viabilidade de tempo e espaço, foram selecionados os últimos cinco textos que possuem o termo-chave “música caipira”, abrangendo o período de 2015 a 2017. Este período apresenta um encaminhamento da indústria para o monogênero⁵ e, ao mesmo tempo, um indício de revalorização da tradição, com artistas como a mato-grossense Bruna Viola, louvadora da tradição caipira, alcançando o grande público.

Desde já, deixamos claro que as limitações de tempo e espaço deste artigo não darão conta de responder à maioria das questões suscitadas nos parágrafos anteriores. Este artigo, de caráter exploratório, pretende identificar, a partir dos espaços para tematização da música, algumas nuances da discussão entre tradição x modernidade e possíveis posicionamentos da revista em relação a esta dicotomia.

A noção de tradição, apresentada por Ortiz (1988), encontra respaldo na cultura popular que, idealizada por alguns folcloristas, preservaria manifestações culturais “milenares” de maneira orgânica. A modernidade, por sua vez, indicaria uma perspectiva acrítica (idem).

Discurso jornalístico e construção de identidades

Antes de avançarmos para a análise propriamente dita, voltada aos discursos sobre música caipira e sertaneja na revista *Veja*, é necessário apresentar as noções teóricas e metodológicas que guiarão este artigo (e posteriores estudos acerca do mesmo tema).

⁵ Hipótese desenvolvida pelo crítico cultural Kyle Coroneos, autor do blog *Saving Country Music* (www.savingcountrymusic.com). De acordo com esta hipótese, as inúmeras fusões de gêneros musicais realizadas pela indústria – *country* e hip-hop, pop e rap, por exemplo – acabariam por uniformizar os gêneros, de modo a igualá-los esteticamente.

Considerando que “uma metodologia deve ser condizente com a lógica de uma perspectiva teórica” (BENETTI, 2010, p. 109), nos aproximamos da Teoria Construcionista, que nega a perspectiva das notícias como mera distorção, ao mesmo tempo em que refuta a perspectiva do jornalismo como espelho da realidade (TRAQUINA, 2005). As notícias, para a Teoria Construcionista, são produzidas por

peçoas que operam, inconscientemente, num sistema cultural, um depósito de significados culturais armazenados e de padrões de discursos (...) As notícias como uma forma de cultura incorporam suposições acerca do que importa, do que faz sentido, em que tempo e em que lugar vivemos, qual a extensão de considerações que devemos tomar seriamente em consideração (SCHUDSON *apud* TRAQUINA, 2005, pp 70-71)

Ou seja, enquanto efeito e produtor de sentidos, o Jornalismo é capaz de construir parâmetros sociais, consensos e significados sobre determinado fenômeno – neste caso, sobre a identidade caipira, manifestada na música. A análise proposta neste artigo pode auxiliar na compreensão sobre como o jornalismo opera na construção sócio-histórica deste fenômeno.

A Teoria Construcionista fornece a base teórica para a Análise de Discurso, em sua vertente francesa, que estabelece “a relação existente no discurso entre língua/sujeito/história ou língua/ideologia” (CAREGNATO e MUTTI, 2006, p. 680). A aplicação deste método consiste, inicialmente, no estudo sobre o próprio texto, onde são identificadas suas formações discursivas (BENETTI, p. 112). Contudo, a metodologia não se restringe ao texto: “A AD trabalha com o sentido e não com o conteúdo do texto, um sentido que não é traduzido, mas produzido; pode-se afirmar que o corpus da AD é constituído pela seguinte formulação: ideologia + história + linguagem” (CAREGNATO e MUTTI, 2006, p. 679).

A identificação de marcas discursivas desemboca nas formações ideológicas do texto, possibilitando uma compreensão mais ampla de sua relação com o processo sócio-histórico na qual foi produzido. De acordo com Benetti (2010), esta metodologia é adequada para a análise de um grande volume de textos: “Sugerimos que os pesquisadores que analisam o discurso jornalístico escolham uma amostragem considerável de textos,

capaz de ser representativa do funcionamento de um tipo de discurso em um período determinado” (BENETTI, 2010, p. 121). Neste momento, entretanto, o elemento da Análise de Discurso utilizado será o ponto inicial do método, ou seja, a análise sobre os próprios textos, que remetem a um tipo de construção identitária a partir da música brasileira.

Entre a tradição e a modernidade

O aporte teórico para a noção de identidade que sustenta este artigo é dado por Hall, que considera que “as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da *representação*” (2006, p. 48, grifo no original). Assim como o próprio Jornalismo, a cultura nacional é vista como “um *discurso* – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (2006, p. 50, grifo no original).

A aproximação entre o tema deste artigo e a teoria de Hall pode ser notada também em um dos elementos que o autor menciona como estratégia de representação da identidade nacional: “A identidade nacional é também muitas vezes simbolicamente baseada na ideia de um *povo* ou *folk puro, original*” (2006, p. 15, grifo no original). Esta resistência local ou regional, em oposição ao global (ou globalizante) auxilia no embasamento da oposição entre tradição e modernização como categoria de análise das funções discursivas presentes na revista *Veja*.

É através da análise da cultura brasileira e da indústria cultural, bem como do papel da mídia no processo de constituição da cultura, que se desenvolve o projeto de modernidade que marca a sociedade brasileira. Conforme Ortiz, a modernidade, considerada como um “projeto inacabado”, assume no país diferentes contornos, ao longo do seu processo de desenvolvimento:

Penso que, no Brasil, este lado explosivo, de ruptura, nunca se colocou da mesma forma que nos países europeus, porque a ideia que dominou nossa imaginação sempre se associou à necessidade concreta de se construir uma moderna sociedade brasileira. Modernismo, modernidade e modernização são para nós termos intercambiáveis, pois dizem respeito a uma situação que ainda não havia se realizado de fato.

No entanto, esse “modernismo” possui uma história, e se no início do século ainda é uma “ideia fora do lugar”, ao longo dos anos ele se ajusta à sociedade que se desenvolve. (ORTIZ, 1998, p. 208).

O autor de *A Moderna Tradição Brasileira* observa que “os sinais da “modernidade” brasileira indicam que realmente “somos”, e que por isso não mais devemos nos rebelar na direção de um outro futuro” (1998, p. 210). A modernidade brasileira seria, portanto, “acrítica”, nas palavras de Ortiz.

Para discutir, em uma perspectiva histórica, a relação entre cultura e política na constituição do caráter popular e nacional no Brasil, Ortiz apresenta dois conceitos que marcaram o pensamento sobre a cultura brasileira. Uma primeira vertente, que data do final do século XIX, compreende que “popular significa tradicional, e se identifica com as manifestações culturais das classes populares, que em princípio preservariam uma cultura ‘milenar’, romanticamente idealizada pelos folcloristas” (1988, p. 160). Nesta perspectiva, o popular se materializaria em objeto a ser conservado.

Alguns anos mais tarde, particularmente em meados dos anos 1950, entra em pauta uma outra orientação teórica, que valoriza o caráter político da dimensão popular da cultura. É o momento em que se identifica, segundo Ortiz, um rompimento com a perspectiva tradicionalista e conservadora que concebia a cultura popular do ponto de vista folclórico. Assim, a cultura passa a ser compreendida como “ação política junto às classes subalternas” (1988, p. 162).

Entretanto, com a emergência da indústria cultural e de um mercado de bens simbólicos, capazes de organizar a cultura em outras bases, a concepção do que é popular também registra novas transformações: “tanto o ponto de vista folclorista como o outro percebem a questão do popular e do nacional em termos que apontam, seja para a conservação da ordem tradicional, seja para a transformação da situação presente” (1998, p. 164). E, particularmente no caso da moderna sociedade brasileira, o “popular se reveste de um outro significado, e se identifica ao que é mais consumido, podendo-se inclusive

estabelecer uma hierarquia de popularidade entre diversos produtos ofertados no mercado” (1998, p. 164).

Na mesma lógica, pode-se dizer que a noção de identidade nacional também se transforma com a consolidação do mercado de bens culturais. Segundo Ortiz,

a indústria cultural adquire, portanto, a possibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos; a idéia de “nação integrada” passa a representar a interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, cultura mercado-consumo (ORTIZ, 1998, p. 165).

Através da análise sobre a indústria da cultura no Brasil – realizada a partir de exemplos diversos como cinema, revistas de fotonovela, programas de TV, entre outros –, o autor permite compreender a identificação entre cultura popular de massa e cultura nacional. Desse modo, pode-se associar, com base em sua percepção, o fenômeno de expansão do acesso a produtos culturais como a música ao processo de configuração da identidade nacional, em que a tradição e a modernidade passam a ser representadas por meio da aceitação de determinado gênero musical.

Esta contextualização histórica sobre os impasses presentes na (re)configuração da cultura diante de fluxos massivos e populares torna-se necessária, no contexto deste trabalho, para demarcar o lugar ocupado pela música caipira – e, na sequência, pela sertaneja – como referência identitária que preserva marcas de um passado rural que se transfigura em meio à crescente industrialização do país, assumindo outras marcas na representação da cultura nacional.

A música caipira na revista *Veja*

As opções editoriais da revista *Veja* a tornam, via de regra, um objeto de análise controverso. Entretanto, o esforço de pesquisa deve ir além de afinidades ou discordâncias ideológicas. Além do mais, há de se considerar alguns pontos que advogam pela escolha do objeto: a revista foi criada em 1968, momento em que a música caipira começava a se modernizar, hibridizando-se com a música paraguaia e mexicana. Foi neste período que

os embates entre tradicionalistas e modernizadores começaram a se acirrar. Portanto, trata-se de um período hipoteticamente rico em análise. Importante frisar que este artigo tem como objetivo um teste de metodologia para que, posteriormente, períodos anteriores da revista também sejam analisados.

Embora o veículo em questão tenha matriz impressa, a editora Abril, responsável pela publicação de *Veja*, disponibiliza o acervo completo da revista em formato digital⁶, com sistema de busca e navegação que agiliza o acesso às páginas da editoria de música.

Há, também, o elemento editorial. Desde sua primeira edição, em 11 de setembro de 1968⁷, a *Veja* dedica ao menos uma página, em sua seção cultural, para uma editoria específica sobre música⁸, o que denota uma preocupação editorial com esta manifestação cultural. Estes elementos supracitados, aliados à tiragem da revista, justificam sua escolha como objeto de análise.

Em sondagem preliminar, o termo-chave “música caipira” esteve presente em 88 edições, enquanto “música sertaneja” apareceu em cem edições⁹. Para os fins deste artigo, selecionaremos os cinco textos mais recentes que utilizaram o termo-chave “música caipira”. Textos que, eventualmente, não se encaixarem nos fins desta análise serão descartados¹⁰.

A escolha pelos textos mais recentes condiz com a intenção deste artigo – trazer um panorama da identidade contemporânea da música caipira e sertaneja na editoria de música da revista *Veja*. Os últimos cinco textos publicados sobre o tema abrangem o período de 2015 a 2017. Estas ocorrências foram encontradas em um total de cem edições

⁶ <https://acervo.veja.abril.com.br>

⁷ <https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/34555?page=1§ion=1>. Acessado em 09/08/17

⁸ Em sondagem exploratória, na qual verificamos um exemplar de cada ano da revista em sistema de ano composto (setembro de 1968, outubro de 1969, e assim por diante), identificamos que, dos 49 exemplares observados, apenas dez não possuíam a editoria de música.

⁹ No momento da feitura deste artigo, a revista está em sua edição de número 2542 (lançada em 09/08/17).

¹⁰ Uma amostragem preliminar de textos com o termo-chave “música caipira” (dezessete deles, escolhidos aleatoriamente) descartou sete, que, embora utilizassem o termo em questão, se referiam a artistas da *country music* norte-americana. Neste primeiro momento, também serão deixados de lado textos que não forneçam elementos suficientes para análise – como, por exemplo, aqueles que se atêm apenas à divulgação de eventos.

(da edição 2517 à edição 2417). Ou seja, a música caipira esteve presente em textos de maior fôlego em 5% das edições da revista¹¹.

A título de ilustração, traçamos um panorama do conteúdo encontrado nestas cem edições da revista, em relação a gêneros jornalísticos, musicais e número de páginas dedicadas à música (neste caso, independente de estilo musical).

-Quanto ao gênero jornalístico, identificamos 16 críticas, 15 notícias, 15 perfis, cinco reportagens e 43 resenhas (estas, por vezes, deslocadas da editoria de música, integrando a página “Veja recomenda”).

-Quanto ao gênero musical, houve certo equilíbrio entre música nacional e internacional, sendo identificados 50 textos de música internacional e 49 de música nacional. Destes, 23 se dedicam à MPB, seis à bossa nova, cinco à música sertaneja, quatro à música clássica, três à música baiana, três ao rap, dois ao samba, dois ao tropicalismo e um ao brega.

-As resenhas, formato mais comum na revista, utilizam uma ou duas colunas da página. Formatos como perfil, notícia e crítica variam entre uma e quatro páginas. Os maiores textos, de reportagens, ocupam entre seis e dez páginas do *corpus* analisado. Curiosamente, as duas maiores reportagens encontradas, com oito e dez páginas, dedicam-se à música sertaneja.

Seguem, abaixo, algumas considerações sobre os cinco textos observados, que foram agrupados em relação aos argumentos centrais identificados.

A crítica aos interesses de mercado aparece como argumento central nas duas reportagens encontradas. Em “Como se faz uma estrela sertaneja” (edição 2517, janeiro de 2017), o autor, Sérgio Martins, mostra quais caminhos um artista desconhecido deve percorrer para chegar ao estrelato. Neste trajeto apresentado pelo autor, elementos como talento e dedicação são deixados de lado. A nova música sertaneja está plenamente identificada com o *business*, um universo que possui uma “filosofia ‘dinheirista’ que

¹¹ É importante ressaltar que, neste artigo, utilizamos apenas a busca pelo termo-chave “música caipira”. Este número, portanto, tende a aumentar com a posterior adição de termos como “música sertaneja” ou “música folclórica”, dentre outros.

orienta alguns empresários, suga o artista e o deixa desgastado no mercado”. O aspecto cultural da versão moderna da música sertaneja praticamente inexiste nas dez páginas da reportagem.

“Sertanejo feminista” (edição 2478, junho de 2016) traça um breve panorama do papel da mulher nas letras de músicas caipiras, passando por composições de artistas como Tonico e Tinoco e Zezé di Camargo e Luciano. Há uma ênfase no papel secundário das mulheres nestas canções. Também são ressaltadas as origens humildes de algumas das novas cantoras do “sertanejo feminista”, em uma aproximação com a simplicidade e o sofrimento comuns ao arquétipo do caipira tradicional: “Marília Mendonça lembra que se iniciou nos shows para ajudar no orçamento familiar quando o padrasto, obreiro de uma igreja evangélica, trocou a mãe dela por outra mulher. Mãe e filha peregrinaram pelos bares de Goiânia em troca de cachês que variavam de 20 a 50 reais”. Termos como machismo e preconceito permeiam o texto, sendo o feminismo destas novas artistas exaltado pelo autor. Os responsáveis pelo *business* da música sertaneja voltam a ser personagens deste texto, também assinado por Sérgio Martins: “Entre os empresários, era corrente a visão preconceituosa de que é mais complicado trabalhar com mulheres. ‘Cheguei a ouvir de um empresário: ‘Menstruou, não faz sucesso’, acusa Maraisa”.

A tradição, embora permeie outros textos, como o apresentado no parágrafo anterior, surge como estratégia argumentativa central em dois deles. O primeiro, na seção de crítica de livros (edição 2454, dezembro de 2015, não assinada), fala sobre a obra “Música Caipira: as 270 maiores modas”, de José Hamilton Ribeiro. O autor da crítica assume uma posição clara em defesa da tradição na música caipira. A abertura do texto afirma que “a música caipira é muito mais que os lamentos de Zezé di Camargo ou os chamados para a balada do sertanejo universitário. O adepto da música caipira de verdade, aliás, nem gosta muito de ser comparado à turma da bota de couro e chapelão”. As imagens evocadas neste trecho são claras: há uma música caipira “de verdade”, ou seja,

a tradicional, em oposição à música daqueles que utilizam “bota de couro e chapelão”, visual tomado de empréstimo do *country* norte-americano.

“A dama caipira” (edição 2417, março de 2015) traz o obituário de Inezita Barroso. Mais uma vez assinado por Sérgio Martins, o texto ressalta o papel de Inezita como folclorista e seu caráter combativo em relação às modernizações da música caipira. A abertura do texto relembra que “a paulistana Ignez Magdalena Aranha de Lima não gostava quando chamavam o estilo musical que ela tanto defendeu de ‘sertanejo’. ‘É música caipira’, corrigia”.

Por fim, o hibridismo na música surge como argumento central no texto “*I am caipira*” (edição 2491, maio de 2016), que fala sobre a influência do produtor estadunidense Eric Silver na música brasileira, ressaltando sua participação no álbum *Rasta Bonito*, de Almir Sater. O autor se refere ao álbum como “um dos melhores discos do violeiro sul-mato-grossense”. Após um breve perfil do produtor, o texto se volta para o disco *Bridges, Friends & Brothers*, com versões em inglês de músicas caipiras tradicionais do Brasil, como *Romaria*. Este texto, que fala de artistas como Almir Sater, Sérgio Reis e Renato Teixeira, se foca em elementos como instrumentação e composição, enfatizando os elementos estéticos da música.

A observação destes cinco textos pôde nos trazer alguns indícios sobre a forma como a música sertaneja é pautada na revista *Veja*. Embora tratando de assuntos distintos, os textos trouxeram alguns temas recorrentes, como, por exemplo, a visão negativa em relação aos empresários da música. Estes personagens aparecem em dois textos, caracterizados como dinheiristas, machistas e desinteressados nos aspectos culturais do gênero.

Artistas que já incorporam a tradição da música sertaneja, como Almir Sater e Sérgio Reis, aparecem de forma elogiosa, ao mesmo tempo em que a nova música sertaneja é vista com bons olhos apenas quando outra questão – o feminismo – a perpassa. A crítica do livro de José Hamilton Ribeiro se mostrou a publicação mais virulenta em

relação à nova música sertaneja, adotando um tom claramente pejorativo em relação à modernização ao mesmo tempo em que louva a tradição.

Outro ponto que, embora não estivesse presente na intenção inicial deste artigo, merece menção, é a presença de um único autor identificado ao longo das cem edições observadas. Sérgio Martins assina quatro dos cinco textos presentes na análise (o quinto não é assinado). Este padrão já havia sido identificado em sondagem anterior, na qual o crítico Tárík de Souza assinou sete de nove textos culturais escolhidos aleatoriamente entre os anos de 1974 e 1978. Esta permanência do crítico cultural supõe a criação de uma identidade própria para a editoria de música da revista, o que deverá ser observado em estudos posteriores.

Destacamos, também, a presença da reportagem cultural nos textos analisados. Dos cinco, dois adotaram este gênero jornalístico. “Como se faz uma estrela sertaneja” ocupa dez páginas de sua edição, enquanto “Sertanejo feminista” ocupa oito. Os outros textos se encaixam nos gêneros notícia (*I am caipira*), crítica (Crítica: Livros) e notícia/perfil (*A dama caipira*).

Considerações finais

Conforme afirmamos em alguns momentos deste artigo, esta é ainda uma exploração inicial acerca do tema. Por isso, muitas das questões envolvidas na construção da música caipira na revista *Veja* ainda estão distantes de respostas elaboradas. Apesar disso, a análise permitiu observar uma crítica ao negócio da música sertaneja, o que, em certa medida, vai na contramão de uma verdade mais ou menos estabelecida de que as páginas de Cultura atuais (principalmente em uma revista hegemônica) se limitam a reproduzir agendas da indústria. Neste ponto, a presença de reportagens culturais também aponta no sentido contrário da visão de que as páginas de cultura nestes veículos, atualmente, são meras divulgadoras de eventos e produtos culturais.

Reconhecemos, também, a óbvia constatação de que a observação de apenas alguns textos não é suficiente para identificar, consistentemente, de que maneira a revista constrói a identidade da música caipira e, em última instância, do próprio caipira enquanto

arquétipo. Por outro lado, esta primeira incursão no assunto nos mostrou que há material suficiente para análises mais aprofundadas, além de alguns posicionamentos que já aparecem bem demarcados.

Referências

- ALONSO, Gustavo. **Cowboys do Asfalto**: música sertaneja e modernização brasileira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- BENETTI e LAGO (orgs.). **Metodologias de pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- CALDAS, Waldenyr. **Acorde na aurora**: música sertaneja e indústria cultural. São Paulo: Ed. Nacional, 1979.
- CAREGNATO, Rita Catalina Aquino e MUTTI, Regina. Pesquisa qualitativa: Análise de discurso versus Análise de conteúdo. In: **Texto & Contexto** Enfermagem. Florianópolis: UFSC, 2006.
- GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- TINHORÃO, José Ramos. **Música popular**: um tema em debate. São Paulo: Editora 34, 1999.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, volume I: Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.