



H582

FORRÓ UNIVERSITÁRIO E AS INFLUÊNCIAS DA INDÚSTRIA CULTURAL

Graziele Luiza Andrezza Rossetto (Bolsista PIBIC/CNPq) e Profa. Dra. Heloísa André Pontes (Orientadora), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas - IFCH, UNICAMP

O forró é uma manifestação da cultura popular nordestina que foi trazida para o Sudeste brasileiro por Luiz Gonzaga na década de 1940. Nos anos finais do século XX ele ressurgiu como forró universitário, uma das formas de lazer das camadas médias. Em pesquisa anterior se constatou que as casas noturnas de forró universitário são locais onde as pessoas vivenciam identidades e relações de gênero (a partir de analogias e comparações com “o outro”) que conferem poder e status a determinadas pessoas enquanto excluem outras. Nosso objetivo é identificar através de mídias como a televisão, o rádio e as revistas, a presença destes novos significados simbólicos e o modo como eles são apresentados nesses veículos de comunicação. Para viabilizar esta identificação selecionamos o período que vai de 1998 até 2004 para a pesquisa em arquivos das revistas *Veja* e *Veja São Paulo*, nos “sites” dos programas *Musikaos*, *Bem Brasil* e *Metropolis* da TV Cultura, e na rádio Nova Brasil FM. Para entender como a indústria fonográfica atuou, examinamos a carreira de três cantores ou grupos musicais (Luiz Gonzaga, Trio Virgulino e Bando de Maria) que surgiram em diferentes períodos da história deste estilo musical. Concluímos que a indústria cultural, através da mídia, foi capaz de transmitir e vender a idéia de que o forró universitário representa um estilo de vida relacionado aos jovens das camadas médias.

Indústria cultural - Lazer - Identidade social