Representações de Classe nas Expressões do Tecnobrega [1]

Lydia Barros[2]
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

RESUMO

Tomando como referência uma fronteira conceitual – da idéia-chave marxista de determinação à teorização pós-estruturalista aplicada às práticas culturais pós-modernas -, este artigo interroga os processos de significação e representação articulados por sujeitos de diferentes classes sociais em torno de uma expressão cultural `subalterna'. Afirma-se aqui que o consumo midiático do tecnobrega, entendido como ferramenta à constituição de uma "cidadania cultural" para as populações periféricas, não é capaz de subverter as clássicas hierarquias sociais de gosto, assim como as relações de poder.

1. Introdução

Ainda que se parta do pressuposto de que a experiência cultural pós-moderna possa subverter as hierarquias de gosto e as fronteiras estéticas que separam o alto e o baixo; de que o mundo contemporâneo seja habitado por sujeitos autônomos, criativos e reflexivos, incapazes de se reconhecerem em identidades únicas, verdadeiros híbridos culturais; e de que o *ecletismo cultural* das elites globais aponte para um reenquadramento das distinções sociais cristalizadas no consumo cultural (Gabbay, 2007), é difícil apagar a marca de classe que atravessa expressões culturais periféricas como o tecnobrega[3]. Herdeiro legítimo de uma tradição musical apagada da historiografia e dos registros fonográficos oficiais da música popular brasileira (Araújo, 2005; Vianna, 2004), o tecnobrega é a versão mais ruidosa e cosmopolita da velha música cafona; é o brega que conseguiu sair das "dependências de serviço" (Araújo, 2005), embora ainda seja símbolo de pertencimento de uma classe social marginalizada.

Mais do que um gênero (ou sub-gênero) musical[4], o brega é uma imagem; mais do que uma classificação musical específica, com suas recorrências formais, o brega evoca uma visualidade particular. É possível afirmar, nesse sentido, que é um produto de um regime visual colonizador, visto que se trata de uma construção do Outro periférico, cuja imagem reflete uma representação (Smith, 2005). Mas o brega, em sua roupagem emergente, vem conquistando um lugar de fala moldado, ao que parece, às suas próprias aspirações: há uma apropriação deliberada das ferramentas tecnológicas na criação dessa música que, embora vá de encontro ao gosto estabelecido, encontra na

[1] Trabalho apresentado no NP Comunicação e Culturas Urbanas do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPG-COM/PE), email: lydia_barros@hotmail.com
[3] Estilo que "atualizou" o brega-calypso paraense, agregando pulso, velocidade, recursos da música eletrônica e manipulação de ritmos e timbres através de softwares baixados de sites piratas da Internet; o brega-calypso, por sua vez, mistura influências das guitarradas caribenhas com as batidas típicas do carimbo local, agregando, ainda, referências musicais do pop mundial.
[4] A classificação da música brega como gênero musical deve ser problematizada uma vez que suas formas de utilização, fontes e taxonomias são por demais "escorregadias" (Amaral, 1999); o rótulo agrega um eclético repertório de sonoridades e signos cujo ponto de interseção é uma suposta estética do "mau gosto", atravessada por questões de classe. Trata-se, nesse sentido, mais de construção ideológica do que propriamente das características estéticas de um tipo definido de música.

sua propagada falta de autenticidade os elementos criativos que legitimam a sua capacidade de adaptação aos signos da cultura pop mundializada.

A estética do tecnobrega é a do excesso, da dramaticidade kitsch, da ostentação do pastiche. É dessa forma que as elites descrevem o tecnobrega, esse é o regime visual que conduz e estabelece as maneiras de enxergá-lo, mas é bom interrogar até que ponto o jogo entre essas *dessemelhanças* e as *semelhanças* do gosto hegemônico interessa aos protagonistas dessa cena musical; em que medida se trata de estratégias de visualidade engendradas pelos próprios agentes do tecnobrega; ou, dito de outra forma, até que ponto a visualidade do brega é uma construção *colonizadora* ou a sua própria expressão despudorada. Uma construção auto-imposta da diferença ou uma bricolagem que, embora referenciada no modelo cultural dominante, é genuinamente espontânea e *original?*

Ainda que não utilize como lastro teórico os postulados dos estudos da visualidade contemporânea (Cultura Visual), é em torno dessas questões que se debruça este artigo – os olhares através dos quais o tecnobrega é apreendido. Trata-se, na verdade, de um esforço de compreensão das lutas por distinção e autonomia travadas no interior de comunidades culturais periféricas –subculturas[5] - em sua interface com as indústrias culturais. A visualidade, neste caso, é evocada para ressaltar a dimensão visual da alteridade (Smith, 2005). O que está em jogo são as construções de sentido mediadas pela música; as estratégias de resistência (inserção?) dos produtores do tecnobrega, agentes de uma indústria cultural informal em permanente tensão com o mercado institucional.

Neste artigo, esta investigação é procedida à luz de tradições teóricas distintas no campo dos Estudos Culturais: da perspectiva marxista gramsciana dos anos 70/80, através da qual diferentes experiências sociais, expressas por diferentes formas simbólicas encontram na cultura popular a sua arena de contestação – sob essa ótica, a mídia se transforma em "campo de batalha" (Curran, 2007) -, o que pressupõe a natureza política das práticas culturais; à diluição da relevância do conflito de classes (as relações dos sujeitos no sistema de produção) no consumo cultural. Este enfoque, uma tendência em ascensão na crítica cultural desde o final dos anos 80, detém-se em particularismos capazes de dar conta da complexidade da vida social pós-moderna. A mídia, nessa perspectiva, é apresentada como fóruns abertos, "com similaridades próximas a uma concepção pluralista liberal dos meios de comunicação" (Ibidem: 20).

O tecnobrega, nesse contexto, situa-se simultaneamente na agência – dialética complexa entre a submissão e a contestação (Smith, 2005) –, através da qual tentar contornar a sua condição de subalternidade, em busca de autonomia e emancipação, e a experiência *libertadora* do mercado. Sua singularidade reside no fato de operar em um modelo de mercado "aberto" (*open business*), sistema baseado no compartilhamento de conteúdos, sem geração de receita pelos direitos de propriedade intelectual [6]. Assim, o

[5] Subcultura aqui remete a atuação dos sujeitos que se distinguem mas se relacionam com a cultura dominante (BLackman, 2002). É importante ressaltar, porém, que "sub", neste caso, não pressupõe uma relação hierárquica entre uma cultura superior e outras menores. Teóricos pós-subculturalistas como Nennett, (1999); Muggleton (2000); Harris, (2000); Shank (1994) e Straw (1991) lançam mão de novos termos (pós-subcultura, neo-tribo, estilo de vida, cena, etc...), segundo eles, capazes de melhor apreender a complexidade das formações subculturais no contemporâneo.

[6] As bandas paraenses de tecnobrega movimentam um mercado informal baseado em um circuito de festas, shows, aparelhagens (festas produzidas com maquinários tecnológicos gigantes) e vendas de CD e DVDs nas ruas. Estes registros, geralmente gravados em estúdios caseiros, são usados na divulgação dos shows e festas - não representam lucro para os produtores. Por essas singularidades, o tecnobrega é uma das experiências estudadas pelo projeto *Open Business*, coordenado pelo Centro de Tecnologia e

modelo de operação e circulação do tecnobrega constitui a sua própria agência – em uma negociação menos contestatória e oposicional do que a noção de agência idealizada pela teoria subculturalista.

Considerando a posição de origem dessa expressão cultural, e na intenção de destrinchar a trama de sentidos que gera a partir de seus mecanismos de operação, o presente texto propõe, como ponto de partida, uma breve revisão dos principais postulados teóricos sobre questões de classe no contexto da produção cultural contemporânea.

2. Na era do desaparecimento das classes

O pressuposto de que os conflitos sociais no contemporâneo se dão mais no plano das identidades do que na arena de lutas entre capital e trabalho, largamente difundido pela crítica cultural recente, vem redimensionando as questões de classe. Os argumentos nessa direção se fundam na crença do esvaziamento do potencial de transformação política desses embates diante da virada cultural, quando a cultura toma prevalência na organização social e passa a ser usada como *explicação do mundo*. Assim, o conceito de classe, que situa o sujeito em função do lugar que ele ocupa nas relações de produção, perde sua força retórica em conseqüência do afrouxamento do seu significado político no mundo globalizado e, principalmente, em decorrência de sua insuficiência na explicação dos fenômenos sociais, econômicos e culturais (Ronsini, 2007).

Segundo Curran (2007), essa mudança de abordagem está diretamente relacionada à ascensão do pós-modernismo na academia, quando pesquisadores "buscaram refúgio nas sombras do ceticismo e do particularismo" (2007:24). O crescimento dessa linha de pensamento, de acordo com o autor, pode ser resumido "como um movimento da vanguarda para a *avant-garde*, do coletivismo para a política estética" (Ibidem). A crítica maior de James Curran a essa mudança de enfoque, sobretudo no campo dos Estudos Culturais, é o populismo cultural que celebra a capacidade de autonomia dos sujeitos através de suas práticas culturais e sociais cotidianas, e que encontra no livre mercado o seu caminho de libertação, como defendem autores como Paul Willis (1990) e John Fiske (1987; 1991), entre outros. O dinamismo do mercado global (midiático, inclusive) é, nessa perspectiva, festejado com poucas reservas.

Não muito distante desse "populismo cultural reciclado" (Curran, 2007:27), Lipovetsky (1989) argumenta que em uma sociedade estruturada pela "forma moda", que difunde para toda a esfera de bens de consumo a lógica organizacional das aparências, sai-se do primado das classes e entra-se na era das "motivações íntimas e existenciais, da gratificação psicológica, do prazer para si mesmo, da qualidade e da utilidade das coisas que assumem o posto" (1989: 174). O filósofo explica que, com a prevalência de imagens heterogêneas, multiplicadas e polimorfas, comandada pela ordem burocrática-estética da economia do consumo, as diferenças sociais não são reproduzidas pelo sistema da *moda ampliada*. Ao contrário, tal fenômeno permite seguir a trajetória secular da conquista da autonomia individual: "O indivíduo tornou-se um centro decisório permanente, um sujeito aberto e móvel através do caleidoscópio da mercadoria" (Ibidem: 175).

Posicionamentos dessa natureza (um tanto otimistas) costumam soar como provocação para autores mais próximos à crítica marxista tradicional. Para Jameson (1995), a noção do desaparecimento das classes é um dos argumentos mais eficazes da retórica do liberalismo. O desenvolvimento único da vida social nos Estados Unidos,

Sociedade da FGV Direito Rio em parceria com o Overmundo, envolvendo pesquisas na América Latina (www.overmundo.com.br/overblog/cultura-livre-negocios-abertos).

que teria impedido a formação dos velhos antagonismos de classe - "a explicação mítica americana" (Jameson, 1995: 36) - e a noção de rompimento dos antigos modelos industriais para a chamada sociedade pós-industrial, na qual as diferenças sociais desaparecem em benefício do 'nascimento' do consumidor, seja ele burguês ou trabalhador, segundo o autor, servem de observação empírica na defesa desse fenômeno. Uma afirmação que, na análise do teórico, não desfaz o fato das categorias de classe social serem uma realidade estrutural.

Nesse sentido, Curran (2007) demonstra – baseado em dados de mobilidade social dos países da OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) - como o domínio ideológico do liberalismo de mercado que, segundo ele, também penetrou as pesquisas culturais e midiáticas, ignora evidências empíricas de que a classe social ainda influencia fortemente a distribuição de oportunidades de vida, experiências e recompensas. Ideologia esta baseada na idéia de "sociedades abertas, livres das amarras associadas às classes sociais, pois o mercado é uma força equalizadora que promove a igualdade de oportunidades em prol da eficiência" (2007: 34). James Curran argumenta que a retórica do "trabalho duro, talento e empreendimento", mascara a influência fundamental da classe social na distribuição de renda e riqueza nas sociedades avançadas contemporâneas e nos países que incorporaram atitudes e políticas neoliberais, colaborando para a perpetuação "de privilégios herdados e que legitimam as desigualdades" (36).

Curran acredita que as mudanças ocorridas na sociedade acabaram por gerar "pontos cegos" nas pesquisas midiáticas e culturais, constituindo uma hegemonia que promoveu

> ... uma visão tacitamente positiva dos mercados, como se eles fossem um mecanismo neutro, harmonizando a oferta e a demanda, percepção esta que se mostrou simplista e enganadora. Resultou também na subestimação da classe social como fator de influência na sociedade contemporânea e fez com que a ligação entre um aumento na desigualdade de classes e as mídias e as culturas populares fosse negligenciada (CURRAN, 2007: 38).

São os mitos da sociedade global da informação que, segundo Mattelard (2006) geram essa euforia em torno das tecnologias e do conceito de democracia de mercado. Para este autor, a ideologia do progresso – que prometia a supressão das desigualdades e injustiças sociais, e se viu fracassar tanto nas sociedades capitalistas quanto nas socialistas -, foi substituída pela ideologia da técnica e do mercado; a ideologia do progresso hoje é a ideologia da comunicação, que, segundo o autor, retoma os mesmos mitos.

As análises dos fenômenos culturais contemporâneos que tendem à relativização dessas questões – em uma perspectiva teórica mais *ensolarada*, por assim dizer -, enfatizam a emergência de formas de atuação política baseadas em novos processos de significação, que levariam a práticas efetivamente democráticas e orgânicas, capazes de abarcar os campos econômico, político e sociocultural. Nesse sentido, é importante ressaltar que o emergente culto ao tecnobrega traz em sua retórica a ênfase ao consumo ativo dos sujeitos na sociedade contemporânea, beneficiados pelas novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC), que estão gerando novas formas de produção, circulação e consumo culturais, e cujo impacto na indústria da música vem implicando em mais autonomia, diversidade e criação de nichos de mercado cada vez mais pulverizados (Herschmann, 2007); argumentos que se baseiam na democratização do acesso aos meios de produção e na emergência de uma *nova economia*, como se verá adiante.

Por ora, uma outra questão se coloca: uma vez que se constate que as distinções sócio-econômicas perderam a relevância nesse cenário de reconfiguração da produção cultural, e de que os sujeitos passaram a acionar processos de significação baseados em referenciais mais fluidos e fragmentados – a classe social e o mundo do trabalho já não sejam fontes de identidade social significativas (Curran, 2007) -, como situar a premissa bourdiesiana de que as inclinações dos sujeitos não são arbitrárias, e de que as escolhas estéticas são prioritariamente condicionadas pela origem social, cujas normas foram profundamente interiorizadas (Thèvenon, 2002)? Considerando o gosto um instrumento de produção e reprodução de poder e de diferenciação social (Losberg, 2000), como situá-lo no contexto da produção cultural contemporânea?

A hipótese aqui ventilada é a de que, ao observar a partilha da experiência do tecnobrega por atores de origens sociais distintas, é possível ratificar a teoria da reprodução de Bourdieu (1984; 1989), para quem as práticas culturais cristalizam as distinções de classe. Ora, sabe-se bem o lugar de fala do tecnobrega, por mais que essa expressão seja festejada e consumida massivamente[7]. Trata-se de uma expressão cultural inserida na órbita da produção e do consumo *popularescos*, excluída da escala de valoração estética da música brasileira, considerando a tradição da crítica no país, que ignora as expressões musicais que não se filiam à tradição ou à modernidade - a primeira, remete às vertentes musicais "autênticas e de raiz"; a segunda, à linha "evolutiva da canção popular", ou seja, a sua atualização baseada na criação autoral de influências globais (Araújo, 2005)[8]. O que talvez explique o fato de que o tecnobrega, embora festejado por uma certa elite cultural e intelectual do país, o seja mais em função de suas formas de produção e circulação do que propriamente por sua contribuição estética à música popular brasileira.

Seguindo essa linha de argumentação e na intenção de compreender a maneira pela qual as diferenças de renda repercutem nas práticas cotidianas dos sujeitos no atual estágio do capitalismo pós-industrial - no qual as relações sociais são articuladas em uma espécie de palco, como defende o interacionismo simbólico[9], onde se travam as disputas nas quais os indivíduos experimentam o senso de inclusão (ou exclusão), e um correspondente senso de identidade -, parece pertinente colocar em tensão o conceito-chave marxista de determinação[10] e a teorização pós-estruturalista aplicada às práticas culturais pós-modernas. Tal exercício teórico faz-se necessário à compreensão dos processos de significação e representação articulados pelos produtores do tecnobrega, no seu *locus* de subalternidade, a partir das táticas (De Certeau, 1994) que põe em operação para fazer circular a sua música, interrogando se, em alguma medida, estas táticas conseguem subverter as questões de classe e as relações de poder.

---

[7] É importante frisar que o estilo, mais popular nas regiões Norte e Nordeste do país, embora essencialmente periférico, já é um fenômeno consumido em larga escala. Basta lembrar os oito milhões de discos vendidos pela banda Calypso, que, embora atualmente, por questões mercadológicas, prefira manter distância da cena tecnobrega, é o exemplo mais bem-sucedido do poder de comunicação do estilo que nasceu em Belém do Pará.

[8] É eloqüente o fato de que, embora a canção popular seja um produto eminentemente comercial, que nasceu com os processos de reprodução fonográfica e se estabeleceu com a mediação dos meios de comunicação massivos (TATIT, 2007), a vocação comercial da música brega, aliada à sua propagada estética *de mau gosto*, funcionem como mais um indicativo de sua natureza subalterna e ideal arrivista.

[9] Para os interacionistas, a sociedade moderna urbana é constituída de uma enorme variedade de grupos com estilos de vida e valores diferentes que lutam por vantagens grupais e individuais (Martin, 2004:25)

[10] As teorias marxistas de ideologia formulam o conceito de determinação a partir da idéia de correspondência entre a base e a superestrutura. Segundo essas teorias, cedo ou tarde as práticas políticas, legais e ideológicas irão se conformar para estabelecer uma correspondência necessária com o 'econômico' (Hall, 2003:164), ou seja, a sua prevalência.

3. O problema das distinções sociais

Em sua investigação sobre a construção histórica e cultural do significado das palavras, Williams (1976) explicita a complexidade da expressão *classe* como designação de divisão social, a partir de sua origem no vocabulário latino no século XVI até alcançar seu sentido social moderno. Segundo o autor, a adoção moderna do termo em substituição a designações anteriores (condição, grau e ordem) se dá na medida em que se percebe que a posição social não é mais herdada, mas construída. A idéia de *classes trabalhadoras*, por exemplo, substitui as distinções entre as *classes produtivas* e *úteis* (termo este usado contra a aristocracia), que passam a ser utilizadas para colocar em campos opostos empregadores e trabalhadores, ou operários e patrões. Esses efeitos de distinção se reproduzem no início do século XX, com a separação semântica de assalariados e proletariado. Assim, *classe média*, formada pelos que ganham salários, é uma expressão de posição social relativa, de distinção social, portanto; *classe trabalhadora*, uma expressão de posição econômica (1976: 92).

A história da palavra, segundo Williams, carrega a ambigüidade de sentidos que designa ora *agrupamentos descritivos*, ora *relações econômicas*. A divisão binária marxista (burguesia e proletariado) repete, em um outro nível, essa mesma dualidade, embora para Marx, uma classe, muito mais que uma categoria, é uma formação na qual "por razões históricas, a consciência dessa situação e a organização para lidar com ela se desenvolveram" (In Williams, 1976: 94). As *classes trabalhadoras*, nesse modelo teórico, carregam as marcas de sua condição social na construção de suas subjetividades, selando uma espécie de vínculo natural que as conduzem na mesma direção em busca de objetivos comuns.

> Os indivíduos formam uma classe somente na medida em que têm de promover uma luta contra outra classe; de resto, eles mesmos se posicionam uns contra os outros, como inimigos, na concorrência. Por outro lado, a classe se autonomiza, por sua vez, em face dos indivíduos, de modo que estes encontram suas condições de vida predestinadas e recebem já pronta da classe a sua posição na vida e, com isso, seu desenvolvimento pessoal; são subsumidos a ela (MARX, apud WILLIAMS, 1976: 94).

A descoberta das lutas de classe, do capitalismo e do proletariado organizado pelo jovem Marx, descobertas estas que o fizeram renunciar as ilusões do idealismo filosófico alemão e adotar a lógica da irrupção da história real na ideologia - a constituição do materialismo histórico - (Althusser, 2005 [1965]), lançou luz sobre as contradições entre as forças produtivas e as relações de produção, a partir da metáfora base e superestrutura, fundamento conceitual da tradição marxista que muitos dos revisores desta tradição (Williams, Thompson, Hall, et al) acusam de redutor em sua ênfase à esfera do econômico. Para Marx, essas contradições estavam enraizadas nas lutas de classes e deveriam se tornar ativas, de forma cumulativa, para se chegar à situação revolucionária. A vida material do homem explicaria a sua história, sendo sua consciência, ideologias, meros fenômenos de sua vida material. Nessa perspectiva, a relação entre estrutura e superestrutura seria necessariamente determinada pelos modos de produção.

Para o marxismo clássico, a determinação econômica é apenas *em* última instância, embora ela termine se configurando como uma necessidade *de* última instância. Isso porque, a superestrutura é multifacetada e seus múltiplos elementos estabelecem uma engrenagem de ação e reação que produz uma infinidade de efeitos "acidentais" com a finalidade de anulá-los para que sobreviva a idéia da necessidade econômica (Althusser,

2005: 118). Às superestruturas "concebidas como meros reflexos determinados de maneira simples pela base, e sem qualquer efetividade social própria" (Hall, 2003: 137), caberia o domínio das idéias e dos significados. Nesse edifício teórico, prevalece a idéia de *construção civil*, na relação hierárquica entre o que sustenta e o que é sustentado (Albuquerque, 2003: 20), modelo de formação social que é resultado de um modo de produção dominante e de sua reprodução social. O que, na releitura Althusseriana da teoria marxista, opera fora da produção, no domínio das ideologias, através do que chama de Aparelhos Ideológicos do Estado[11] (Althusser, 2003).

Em uma perspectiva menos estruturalista, que reduz o papel do sujeito a suporte da estrutura, Bourdieu (1984) trata da percepção estratificada da realidade social a partir da dinâmica das distinções sociais – busca explicar as regras que governam as práticas. O autor fundamenta o conceito de habitus levando em conta a gênese das práticas e sua adequação às estruturas, partindo do duplo postulado de que há um vínculo entre as práticas (o patrimônio) e um princípio coletivo de gestão (a família, o grupo, etc...). Considerando as estruturas, as situações e as práticas, e em busca de algo que ajuste às práticas às estruturas, mas que também explique os seus desníveis (ele reconhece que esse duplo postulado está ausente nas sociedades urbanas contemporâneas), Bourdieu recorre a uma terceira instância: a da aquisição. Assim, as estruturas são interiorizadas pela aquisição, e nas práticas (habitus) o adquirido é exteriorizado. Para ele, as práticas (habitus) respondem às situações (estruturas), mas apenas se a estrutura se mantiver estável na fase de sua interiorização/exteriorização:

> Segundo esta análise, as estruturas podem mudar e tornar-se um princípio de mobilidade social (é mesmo o único). O adquirido não. Não goza de movimento próprio. É o lugar de inscrição das estruturas, o mármore onde se grava a sua história... A imobilidade dessa memória garante à teoria que o sistema sócio-econômico será fielmente reproduzido nas práticas. E por isso não é a aquisição ou a aprendizagem (fenômenos visíveis), mas o adquirido, o habitus, que desempenha aqui papel central: ele sustenta a explicação de uma sociedade pelas estruturas (DE CERTEAU, 1994: 126).

Para Bourdieu, o habitus é um conhecimento adquirido e também um capital, mas o seu poder gerador não é um espírito universal, de uma natureza ou uma razão humana. "...Objetivamente, 'regulador' e ' regulado' sem ser de qualquer forma o produto de obediência a regras, o habitus pode ser orquestrado coletivamente sem ser o produto da ação organizatória de um condutor" (Ibidem, 1991: 53). Na teoria da reprodução do autor, o hábitus é compreendido como a internalização das distinções objetivas de classe, que se materializa nas disposições e atitudes culturais. Sob essa perspectiva, os estilos de vida se constituem através das competências do habitus, da capacidade de produzir práticas e produtos culturais e da capacidade de diferenciá-los.

Tal perspectiva teórica parece naturalizar a *marca de classe* que expressões culturais periféricas como o tecnobrega carregam, sobretudo no que diz respeito as afinidades estéticas e ideológicas partilhadas por sujeitos cujo vínculo social termina por orientar a constituição de suas subjetividades na mesma direção. Da mesma forma, parece legitimar o *lugar* de fala do tecnobrega na hierarquia do gosto (uma construção simbólica), uma vez que se trata de uma música produzida por e para as populações urbanas periféricas do país – expressão musical *popularesca*, que reproduz as relações

[11] Teoria que Althusser desenvolve a partir da máxima de Gramsci segundo a qual o poder do Estado não se reduz aos seus aparelhos repressivos, abarcando um certo número de instituições da sociedade civil, como a igreja, as escolas, os sindicatos, etc...

de produção -, daí a dificuldade de vislumbrar qualquer possibilidade de rompimento das hierarquias sociais, ou mesmo a diluição das relações de poder no consumo dessa música. Entretanto, é preciso levar em conta o consumo de bens materiais e simbólicos por sujeitos de identidades híbridas, de gosto *líquido*, acostumados a encenar múltiplos papéis no jogo da vida social. Sob esse viés, a *determinação econômica* é colocada em segundo plano no momento em que sujeitos de origens sociais distintas selam alianças *provisórias* em torno de uma expressão cultural.

Não se coloca em questão aqui os sistemas de representações que o habitus, nos termos de Bourdieu, e as ideologias, na perspectiva de Althusser, ao constituírem as subjetividades dos sujeitos, materializam em práticas sociais. A idéia, atrelada à própria natureza do objeto em questão (o tecnobrega), é ressaltar a pluralidade dos sistemas através dos quais os indivíduos representam o mundo para si e para os outros, refletindo sobre as múltiplas determinações que se articulam para que os sujeitos construam seus significados. Ao optar por uma idéia ou representação, afirma Hall (2003), o sujeito aciona uma cadeia de representações conotativas, que convocam as representações ideológicas umas às outras, através de formações discursivas, agrupamentos e campos semânticos (Ibidem: 180).

Para Hall, os sistemas de representação dos indivíduos, considerando os contextos nos quais eles estão inseridos e a constituição de suas respectivas subjetividades, acionam um modelo de operação mais aberto, baseado na idéia de articulação da diferença[12]. Na análise de uma expressão cultural marcada por questões de classe, como o tecnobrega, é de se indagar como se estabelece a relação entre consciência de classe e produto cultural; para, a partir daí, tentar compreender como os sujeitos constroem repertórios distintos de significação. No tecnobrega, a consciência de classe parece diluída numa retórica aleatória de celebração romântica, inserida num nicho de produção específico. Mas, como argumenta Jameson (1995), é importante atentar para o fato de que a cultura coloca a consciência de classe numa relação dialética em relação à existência mesma da classe. A relação entre a consciência e a *figuração* (termo que toma de empréstimo a Freud para falar da percepção da classe como tal), segundo o autor, demanda uma forma de existência mais "real" do que as certezas abstratas da economia e da ciência social marxista[13]:

> ... para que a verdadeira consciência de classe seja possível, precisamos começar a perceber a verdade abstrata da classe pelo meio tangível da vida cotidiana, sobre formas expressivas e empíricas; e afirmar que a estrutura de classe tornou-se representável significa que demos um passo além da mera compreensão abstrata e entramos no terreno que engloba a imaginação individual, as histórias que contamos como coletividade, a figuração narrativa ... Para se tornarem representáveis – isto é, visíveis, acessíveis à imaginação – as classes precisam ser capazes de se transformar em personagens (JAMESON, 1995: 39).

[12] A articulação da diferença, fundamentada nas noções de contradição e sobre-determinação que Althusser toma de empréstimo a Freud e Marx, segundo Hall, coloca em xeque a formulação marxista da "correspondência necessária" entre base e superestrutura. Nesse sentido, Hall também critica o "deslize filosófico" da teorização pós-estruturalista, ao adotar o modelo contrário da *correspondência necessária*, ou seja: *correspondência nenhuma* (Hall, 2003: 165).

[13] Para o autor, as abordagens marxistas, baseadas na dicotomia burguesia e proletariado em seu contexto histórico-social, e o conceito "sociológico-acadêmico-burguês", que define as classes como extratos independentes que devem ser entendidos de forma isolada, não bastam para constituir um sistema de classe, nem para despertar a consciência de classe nos espectadores (Jameson, 1995: 49).

Debruçado sobre um outro contexto[14], Jameson ressalta os mecanismos através dos quais "cada classe se define em termos da outra e se constitui numa anti-classe em relação à outra, e tudo isso a partir de valores ideológicos explícitos até os traços aparentemente não-políticos, 'meramente' culturais, da vida cotidiana" (Ibidem: 49). Nesse sentido, para muito além da celebração aos prazeres sensuais do corpo e da apropriação (mimética) dos signos da cultura pop mundializada, que aciona o sistema simbólico de sua narrativa – e que podem ser tomados como afronta à estabilidade e à moral dominantes (FISKE, 1990), uma *atitude política*, portanto -, o tecnobrega parece indicar uma mudança no caráter de representação de classe na cultura contemporânea, como sugere Jameson (1995). Isso porque, embora não haja qualquer mensagem de cunho político nessa música, mais afeita às ambigüidades retóricas; tampouco há, a julgar pelo depoimento de músicos e produtores, qualquer tentativa de apagamento das distinções de classe – ao contrário, há certa afirmação do *lugar de fala* dessa expressão musical – as estratégias de visualidade do tecnobrega de que falávamos no início deste artigo.

A consciência da condição de 'subalternidade' do tecnobrega pode ser lida na força disruptiva de uma certa *vulgaridade* assumida, na insistência em expressar-se despudoradamente através do corpo, e na vocação de resistência e transgressão – tão caros à teoria clássica das subculturas - do circuito de fruição que aciona (é precisamente esse sistema de produção e circulação que revela o potencial de emancipação dessa expressão cultural). Mas é preciso ter em mente que o tecnobrega não possui uma essência progressista, nem parece ter a intenção de posicionar-se contra ou evadir-se da cultura institucional, ainda que reaja contra as pressões homogeneizantes da sociedade de massa (vide o mercado informal no qual opera). Se tal atuação garante uma "cidadania cultural" (Morley, 2006)[15] aos protagonistas desta cena, é relevante o fato de que, antes de estabelecer qualquer tipo de resistência à cultura dominante, o tecnobrega cria táticas para lidar com ela. Seguem nessa direção, aliás, os argumentos mais frequentemente utilizados por aqueles que buscam legitimar o tecnobrega no campo da cultura institucional, como será visto na seqüência deste *paper*.

4. Sob os auspícios de uma nova economia

Embora não caiba no escopo deste artigo a análise da cadeia produtiva do tecnobrega e de seus aspectos econômicos, é importante observar - ainda mais tendo em vista que o modelo de negócio sustentável que põe em operação contribui para o processo de valoração desse circuito musical para uma certa elite cultural, como já visto aqui – as afinidades entre o tecnobrega e os propagados novos nichos de mercado abertos com a difusão das novas tecnologias da informação e da comunicação, que fazem a festa das abordagens neo-industriais. Sabe-se que a circulação livre de suas músicas – a *pirataria consentida* – funciona como "lugar de valoração" (Gabbay, 2007: 3) do tecnobrega, a partir do qual as bandas arregimentam mais (ou menos) público para seus shows e festas de aparelhagem, de onde efetivamente retiram os seus cachês. Pode ser descrito, nesse sentido, como um fenômeno típico da cauda longa (*long tail*),[16] termo

[14] Os ensaios de Fredric Jameson analisam a produção cinematográfica contemporânea com base na inserção da história na experiência sensorial da tela (*As Marcas do Visível*, 1995).

[15] Para este autor, nas micro-instâncias da esfera priva podem ocorrer transformações em atitudes "pré-políticas" no campo da cultural, e é através do consumo midiático que tais atitudes podem adquirir formas negociadas ou subversivas (In CAMPANELLA, 2007).

[16] A economia da cauda longa, dito de forma sucinta, aponta o impressionante valor de produtos que vendem pouco, isoladamente, mas que somados, superam os números dos *best sellers*. O autor fala sobre o poder da produção da cultura de parceriais e da ascensão da cultura paralela massiva: saem de cena os

cunhado pelo jornalista e pesquisador norte-americano Chris Anderson (2006), um dos defensores mais celebres do *open business* (que já esteve inclusive no Brasil para pesquisar o fenômeno paraense do tecnobrega).

Em sua celebração a emergência dessa *nova economia*, Anderson aconselha a não subestimar o poder de milhões de "amadores que possuem as chaves da fábrica" (2006: 58), referindo-se a democratização dos meios de produção, como se finalmente a economia tivesse alcançado o ideal marxista de sociedade livre da divisão social do trabalho – nesse tocante, parece bem próximo do "populismo cultural reciclado" de que fala Curran (2007). Em seus argumentos, sustentados por exemplos que vão do fenômeno wikipedia ao mercado editorial "amador", passando pelas indústrias fonográfica e audiovisual, Anderson ressalta que, além da democratização dos meios de produção - capaz de fazer com que milhares de pessoas agora possam fazer o que há pouco tempo apenas os profissionais podiam - a cauda longa é movida por duas outras grandes forças: a democratização dos meios de distribuição e a compatibilização entre oferta e demanda.

Para o autor, a cauda longa não opera necessariamente com a lógica do lucro. Uma vez que seus custos de produção e distribuição são baixos, os negócios frequentemente são secundários, já que os sujeitos acionam uma variedade de razões – meio de expressão, diversão, experimentação, etc... – para produzir. Anderson ressalta que, nessa economia, tão importante quanto o dinheiro, é a reputação dos produtores (a divulgação dos seus produtos). Isto porque, esta reputação pode ser convertida em outros capitais (trabalho, admiração, publico, etc...) quanto mais o produto atraia atenção dos consumidores (Anderson, 2006: 74).

Fundamentados, majoritariamente, na teoria econômica, diversos autores apontam a inovação como mola propulsora da economia, ressaltando o papel do conhecimento nessa engrenagem cujo motor são as transformações tecnológicas[17] (Cocco, Silva e Galvão, 2003). Herschmann (2007), seguindo teóricos como Pine e Gilmore (2001), afirma que as novas redes de produção e circulação de bens culturais (com suas possibilidades de manobra e *relativa* autonomia) vêm reconfigurando a indústria fonográfica no Brasil e no mundo. Situa esse momento de reestruturação de mercado no contexto da comoditização[18] da economia, defendendo a idéia de que "as emoções e sensações" das execuções musicais ao vivo vêm crescendo de importância dentro da indústria da música em função do seu valor de mercado (a *economia da experiência* de que tratam Pine e Gilmore).

Herschmann parte da premissa de que os investimentos estão direcionados para dimensão imaterial de produtos e serviços nessa fase de "transição do capitalismo" (2007: 177), argumentando que a lógica de operação da indústria da música hoje é concebida com uma dinâmica mais flexível, de cunho pós-fordista (Negus, 2005; Lasch e Urry, 1994). Nessa direção, corrobora a idéia de consolidação de uma *nova economia*, caracterizada "pela aplicação da informação e do conhecimento na busca de geração de valores agregados associados aos produtos e serviços, produzindo importantes reflexos

consumidores passivos, entram os produtores ativos. Refere-se, especificamente, a infinidade de opções de consumo (e produção) cultural colocadas à disposição pela Internet.

[17] A maioria dos trabalhos produzidos nesse sentido baseia-se na abordagem evolucionista ou neo-schumpeteriana, que se baseia no economista J.Schumpeter (1883-1950). (Cocco, Silva e Galvão, 2003).

[18] O processo de comoditização, expressão derivada da idéia de commodities (bens extraídos da natureza, que não passam por transformações profundas na indústria, e que ganham a forma de mercadorias de baixo valor no mercado), refere-se à perda de valor que produtos ou serviços podem sofrer em função da concorrência de mercado. Herschmann afirma que a Internet é hoje a maior força de comoditização do planeta, uma vez que possibilita ao consumidor comprarar preços e tipos de produtos, o que aumenta ainda mais a competitividade entre as empresas (Herschmann, 2007: 162).

nos processos produtivos e operações comerciais" (Castels apud Herschmann, 2007). Para ele, ainda que não constitua transformações no paradigma do capitalismo industrial, o chamado capitalismo do conhecimento – capitalismo cognitivo – compreende a passagem de uma lógica da reprodução para a inovação; de um regime de repetição para a invenção (Corsani, 2003, In Herschmann, 2007).

Nesse contexto, assim como vislumbra Chris Anderson com a sua teoria da cauda longa, rompe-se a clássica separação entre o trabalho e os meios de produção, além de tomarem prevalência os novos vínculos sociais e as redes de interação que tornam ativa a cooperação. Os processos de produção e difusão, nessa perspectiva de abordagem, estão inter-relacionados (Cocco, Silva e Galvão, 2003), daí a relação entre o tecnobrega e os mecanismos de operação do capitalismo cognitivo, como enfatiza Marcello Gabbay:

> ... Esta é a filosofia das bandas e produtores do tecnobrega, que vêem na circulação livre de suas músicas uma forma de divulgação e multiplicação das apresentações ao vivo (...) A atribuição de novas formas de renda para a criação artística (através da performance, shows e contato real com o público, experiências valorizadas pelo aspecto sensorial), possibilita, através da maior circulação de conteúdos, além de um espectro bem mais amplo de formas de propagação, novas formas de apropriação criativa, releituras e hibridações culturais (GABBAY, 2007: 7).

Observado sob o contexto de novos modelos econômicos como a cauda longa ou o capitalismo cognitivo, no qual "o motor da acumulação de conhecimentos foi ajustado pela potência das forças sociais que inscreveu o saber na invenção e na cooperação livre" (Corsani, 2003), o tecnobrega parece distante das hierarquias de gosto que teimam em situa-lo negativamente no campo da música popular brasileira. Aparece ao lado de expressões culturais independentes que, movidas pelo desejo de romper os fechados sistemas de circulação do mercado institucional, aliam-se a práticas tecnológicas como o *pod casting*, as *web rádios*, o *file sharing*, etc... (Castro, 2007), apagando assim a sua *marca de classe*. É preciso ressaltar, no entanto, que, no que diz respeito à estética, o tecnobrega parece incapaz de mover-se na escala de julgamento do gosto[19].

Não se pretende aqui colocar em xeque as transformações que vem sendo promovidas pelas tecnologias e o fato de o capitalismo haver ampliado suas fronteiras na busca de valores agregados, levando à transformação dos processos e relações de produção (Herschmann, 2007). Antes, o que se pretende neste espaço é indagar se, e em que medida, essa *nova economia* contribui para o efetivo rompimento das barreiras sociais em torno do gosto, tendo em mente que a discriminação estética repousa sobre princípios de exclusão e inclusão sociais (Losberg, 2000); em que medida o capital simbólico do tecnobrega subverte a sua condição de subalternidade; e, finalmente, em que medida a constituição de uma "cidadania cultural" pode alterar as relações de poder, contribuindo para transformações políticas.

5. Considerações finais

Ao colocar em operação uma cadeia produtiva descolada da economia oficial (Vianna, 2003), utilizando como ferramenta de criação e produção os mesmos recursos

[19] O antropólogo Hermano Vianna é um dos poucos autores que enfatizam a importância estética do tecnobrega e a sua notável capacidade de inovação (Vianna, 2003; 2004; 2007).

tecnológicos manipulados por DJs - festejados em cenas musicais menos suburbanas -, e conjugando um repertório de influências *caboclas*, da música romântica e do pop mundial, o tecnobrega atesta a sua capacidade de adaptação à linguagem cultural globalizada. Da mesma forma, comprova a sua habilidade em mover-se nas engrenagens de um modelo de economia mais flexível e descentralizado e que, de fato, vem alterando as relações de produção. Mas o que se questiona aqui é a idéia de diluição dos conflitos de classe nas práticas culturais pós-modernas, que, apesar de abrirem espaço para a constituição de representações e identidades múltiplas, fluidas e contingentes, não desfazem a realidade estrutural das classes sociais.

Pode-se acolher a concepção pluralista e liberal de mercado que emerge com força neste momento de profundas transformações culturais; pode-se reconhecer a pluralidade dos sistemas de representações dos sujeitos na construção de suas subjetividades, em um processo de articulação de múltiplas determinações – a articulação da diferença defendida por Hall[20] (2003); e pode-se mesmo argumentar que os velhos conflitos de classe não dão mais conta da explicação dos fenômenos sociais, econômicos e culturais (Ronsini, 2006). É necessário refletir, no entanto, sobre o potencial de transformação política que as ferramentas tecnológicas e as conquistas da globalização oferecem aos sujeitos-consumidores-produtores, interrogando-se se, e em que medida, tais avanços impactam e repercutem nas questões estéticas, nas narrativas e relações de poder. Sobretudo quando se tem sob foco uma expressão cultural periférica historicamente estigmatizada como o tecnobrega.

Autores culturalistas pouco afeitos às críticas da Economia Política, enfatizam o consumo ativo dos sujeitos na sociedade contemporânea, utilizando argumentos que apontam a existência de uma audiência *resistente* e criativa (Morley, 2006). É nas micro-instâncias que se revelam os potenciais de resistência e criatividade desses sujeitos, e de onde se parte de uma posição de ordem coletiva para uma ação instrumental subjetiva (Livingstone In Campanella, 2007). Como um circuito produtivo do capital imaterial (Gabbay, 2007) que aciona redes de relacionamento para se fazer visível (e rentável), o tecnobrega dá provas de autonomia e resistência, como defendem esses teóricos, legitimando-se através da informalidade. Contrapõe-se, nesse sentido, à cultura institucional; firma-se em um *mercado aberto* como um nicho, como outro qualquer; agencia o seu discurso.

Os processos produtivos que estão por trás do tecnobrega são a sua *marca de distinção* (as relações econômicas, nesse momento, são diluídas); sua *marca de classe*, contudo, parece direcionar os juízos de valor que lhe cercam. Assim, a idéia que se defende neste texto é de que a classe social, como realidade estrutural, ainda é determinante nos processos de significação e representação sociais. É certo que é preciso considerar a complexidade da construção de valor específica do campo da música, os referenciais etnocêntricos que fundamentam a crítica musical hegemônica, os padrões valorativos da música popular brasileira – tradição X modernidade (Araújo, 2005), etc... Mas sabe-se que essas medidas de valor são construídas socialmente, e que, por isso mesmo, acabam reproduzindo, em alguma medida, as posições sociais dos sujeitos (Bourdieu, 1984).

É importante deixar claro que não se defende aqui a idéia de "ressonância estrutural", que pressupõe uma homologia entre posição social e expressão cultural – uma perspectiva de abordagem que deverá ser aprofundada em outro momento.

[20] Hall coloca em xeque a formulação marxista da "correspondência necessária" entre base e superestrutura (a prevalência do econômico) com a idéia de 'articulação da diferença', que formula baseado nas noções de contradição e sobre-determinação desenvolvidas por Althusser, a partir dos conceitos de Freud e Marx, respectivamente (2003: 165).

Reconhece-se as especificidades e relativa autonomia das práticas culturais, o agenciamento entre os sujeitos que a experiência musical propicia, e o fato de que, embora impregnadas pelos códigos conotativos do discurso dominante, as posições sociais dos sujeitos na esfera do senso comum serem "sempre contraditórias, precárias e em processo" (Vila, 1996: 10). Daí a afirmação de que o gosto do ouvinte é "líquido" e de que a partilha da experiência musical é provisória – as alianças são desfeitas ao sabor das circunstâncias.

Antes, o argumento defendido neste texto tem o propósito de ressaltar que expressões culturais periféricas como o tecnobrega, - cujo capital simbólico está sintonizado com a retórica da *nova economia* – não conseguem se desfazer das *marcas de classe* que, nas "cadeias de significantes" (Hall, 2003: 188) que constroem os valores de uma sociedade, acionam sistemas de diferenças e equivalências. No início deste *paper*, falava-se sobre a dimensão visual da alteridade. Esta é a visualidade do tecnobrega: a diferença.

Referências bibliográficas:

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do estado**. 9ª edição.São Paulo: Edições Graal, 2003.

----------. **For Marx**. Londres e Nova Iorque: Verso/New Left Books, 2005.

AMARAL, Paulo Murilo Guerreiro do. **Estigma e cosmopolitismo local:** considerações sobre uma estética legitimadora do tecnobrega em Belém do Pará. Disponível em www.bregapop.com.br (acessado em dezembro de 2007).

ANDERSON, Chris. **The long tai**l. Why the future of business is selling less of more. Nova Iorque: Hiperion, 2006.

ARAÚJO, Paulo César. **Eu não sou cachorro não:** música popular cafona e ditadura militar. Rio de Janeiro: Record, 1996.

ARAÚJO, Samuel. **Brega, samba e trabalho acústico:** variações em torno de uma contribuição teórica à etnomusicologia. Revista Opus, v. 6. Disponível em www.anppom.com.br/opus. Belo Horizonte: ANPPOM, 1999.

BERUBÈ, Michael. **The aesthetics of cultural studies**. Oxford: Blackwell, 2004.

BLACKMAN, Shane. **Youth Subcultural Teory:** A Critical Engagement with the Concept, it's Origins and Politics, from the Chicago School to Postmodernism. London: Journal of Youth Studies, vol 8, nº 1, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Distinction,** a social critique of the judgement of taste. Cambridge, Massachusetts: Harvad University Press, 1984.

----------. **O poder simbólico**. 6ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil LTDA:, 2003.

CAMPANELLA, Bruno. **O Big Brother como evento multiplataforma:** uma análise dos impasses dos estudos de audiência. In GALVÃO, Alexander Patez; SILVA, Gerardo; COCCO, Giuseppe. **Capitalismo Cognitivo**. Rio de Janeiro: DP&A Editora:, 2003.

CASTRO, Gisela. **Consumindo música, consumindo tecnologia**. In FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. **Novos rumos da cultura da mídia**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2007.

CORSANI, Antonella. **Elementos de uma ruptura:** a hipótese do capitalismo cognitivo. In GALVÃO, Alexander Patez; SILVA, Gerardo; COCCO, Giuseppe. **Capitalismo Cognitivo**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

CURRAN, James. **Teoria midiatica e cultural na era do liberalismo de mercado**. In FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Orgs). **Novos rumos da cultura da mídia**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano** – 1. Artes de fazer. Rio de Janeiro: Editora Vozes: Petrópolis, 1994.

FABBRI, Franco. **A Theory of musical genres:** Two applications. In HOM, David, Hom e TAGG, Philip (eds). **Popular music perspectives**, papers from the First International Conference on Popular Music Research. IASPM, Göteborg & Exeter, 1982.

FISKE, John. **Understanding popular culture**. London e New York: Routlegde, Taylor & Francis Group,1998.

FRITH, Simon. **Performing rites:** on the value of popular music. EUA: Harvad University Press, 1996.

GABBAY, Marcello M. **O tecnobrega no contexto do capitalismo cognitivo:** uma alternative de negócio aberto no campo performático e sensorial. Revista da Associação Nacional dos Programs de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 2007.

GALVÃO, Alexander Patez; SILVA, Gerardo; COCCO, Giuseppe. **Capitalismo Cognitivo**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

HALL, Stuart. **Da diáspora.** Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Bra´silia: Representação da UNESCO do Brasil, 2003.

HEBDIGE, Dick. Subculture: **The Meaning of Style** (1979). In GELDER, Ken; THORNTON, Sarah. **The Subcultures Reader**. 2a edição. Nova Iorque e Londres: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005.

HERSCHMANN, Micael (Org). **Abalando os Anos 90** – Funk e o hip hop. Globalização, violência e estilo cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

----------. **Alguns apontamentos sobre a reestruturação da indústria da música** (2007) . In FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Orgs). **Novos rumos da cultura da mídia**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

JAMESON, Fredric. **As marcas do visível**. Rio de Janeiro: Edições Graal Ltda, 1995.

JANOTTI JR, Jeder. **Música popular massiva e gêneros musicais:** a produção e consumo da canção na mídia, v. 3, nº 7. São Paulo: ESPM, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOESBERG, Jonathan. **Bourdieu e a sociologia da estética**. Revista Política & Trabalho, setembro, 2000. Disponível em http:65.55.133.121/att/GetAttachment.aspx?file=93d8440c-587f-4848-a771-cefd3a1cbb6f (consultado em fevereiro de 2008)

MUGGLETON, David. **Insider Subculture**: the postmodern meaning of style. Oxford: Berg, 2000.

MORLEY, David. **Unasnswered question in audience research**. Revista e-Compós, ed. 6, agosto de 2006.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**, volume 1 Neurose. 9ª edição. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1997.

NEGUS, **Géneros musicales y la cultura de lãs multinacionales**. Barcelona: Paidós, 2005.

VILA, Pablo. **Identidades narrativas y musica**. In **Revista Transcultural de Música – TRANS**, nº 2, 1996. Disponível em www.sibetrans.com/trans (acesso em maio de 2007).

ROBERTS, Martin. **Notes on the global underground:** subcultures and globalization (2004). In GELDER, Ken; THORNTON, Sarah. **The Subcultures Reader**. 2a edição. Nova Iorque e Londres: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005.

RONSINI, Veneza V. Mayora. **Mercadores de sentido.** Editora Sulina: Porto Alegre, 2007.

SMITH, Terry. **Visual regimes of colonization** – aboriginal seeing and european vision in Austrália. In MIRZOEFF, Nicholas (Org). **The visual culture reader**. Londres e Nova Iorque: Routledge, 1998.

STRAW, Will. **Systems of Articulation, Logics of Chance:** Scenes and Communities in Popular Music. Cultural Studies, Vol. 5, nº 3, 1991.

THÉVENON, Emmanuel. Pierre Bourdieu, um novo olhar sobre o mundo social. Revista France-diplomatic, julho de 2007. Disponível em www.ambafrance.org.br (acesso em fevereiro de 2008).

TATIT, Luiz. **Todos entoam.** São Paulo: Publifolha, 2007.

TROTTA, Felipe. **Música popular e qualidade estética**. Anais do III Enecult, Salvador, maio/2007.

VIANNA, Hermano. **Tecnobrega: música paralela**. Overmundo, 2006. Disponível em www.overmundo.com.br/banco/paradas-do-sucesso-periferico (acessado em dezembro de 2007)

----------. Paradas do sucesso periférico. Overmundo, 2007. Disponível em www.overmundo.com.br/banco/a-musica-paralela (acessado em dezembro de 2007.

VILA, Pablo. **Identidades narrativas y musica**. In Revista Transcultural de Música – TRANS, nº 2, 2006. Disponível em www.sibetrans.com/trans (acesso em maio de 2007).

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave –** Um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

WILLIS, Paul E. **Culture, Institution, Diferentiation** [1977]. In In **The Subcultures Reader**. 2a edição.GELDER, Ken; THORNTON, Sarah. Nova Iorque e Londres: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005.