



## **Produção Cultural e Qualidade Estética: o caso da música popular<sup>1</sup>**

Felipe Trotta<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM)

### **Resumo**

Os critérios norteadores de qualidade que circulam agregados aos produtos culturais são resultado de profundos embates e disputas entre os atores sociais envolvidos com sua produção, circulação e consumo. Neste artigo, busca-se analisar algumas formas de construção simbólica do valor cultural empregadas na música popular, manifestação cultural de indiscutível importância no cotidiano nacional. Na música popular, os embates entre tradição e modernidade e entre quantidade e qualidade estão atravessados pela própria referência de qualidade da música erudita, e se referem a vetores de identificação social e musical que perpassam todo consumo de música, revelando tensões derivadas de disputas de gostos e hierarquias sociais.

### **Palavras-chave**

Música popular. Qualidade estética. Valor. Produção Cultural. Indústria Cultural.

### **Introdução**

Toda a produção cultural está sujeita a um julgamento de valor. Ao circularem pela sociedade, os produtos culturais carregam significados e sentidos que são acessados de forma diferente pelos variados grupos sociais. Assim, os produtos se tornam eixos de disputas em torno da qualidade estética, que por sua vez manifestam embates profundos de idéias, pensamentos e visões de mundo entre indivíduos e grupos. O eixo central desse embate é formado pelos critérios norteadores de qualidade das manifestações artísticas e culturais, que revelam estratégias específicas de hierarquização social representado no poder de determinar o que é ou não é “bom”.

Filmes “blockbusters”, livros “best-sellers” e músicas do chamado “mainstream” ocupam, de modo geral, um eixo de legitimação que se apóia na quantidade, em sua pujança comercial e gigantesca penetração na sociedade. Ao serem consumidos por uma grande diversidade de indivíduos e grupos sociais, esses produtos são capazes de fazer ecoar em parcela expressiva da população mundial um determinado pensamento,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Produção Editorial e Cultural, do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste – Intercom Nordeste 2007.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e Cultura e Mestre em Musicologia, atualmente integra o corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, onde realiza pesquisa sobre o mercado musical nordestino. É autor de diversos artigos sobre música popular e mercado, com destaque para a prática do samba, que foi objeto de sua tese de doutorado. [trotta.felipe@gmail.com](mailto:trotta.felipe@gmail.com)



tornando-se legítimo. No entanto, essa produção de circulação expressiva quase sempre obtém juízo de valor negativo emitido pelas esferas da intelectualidade urbana responsável pela crítica. Jornalistas, pesquisadores da academia e artistas reconhecidos como de grande talento são autores de comentários ácidos e depreciativos com relação a essas manifestações culturais. Têm-se, portanto, uma legitimidade cultural obtida através de atores sociais dotados de certo poder político-cultural que são capazes de estabelecer critérios específicos de qualidade e divulgar suas escolhas. Esses profissionais normalmente têm predileção por produtos culturais de maior complexidade técnica, que na maioria dos casos representa um diálogo com públicos mais restritos e comumente elitizados. Um outro viés de valoração, também referendado pelos setores de crítica, pode ser obtido também através da chamada “cultura popular”, que funda seus atributos valorativos a partir de uma aproximação com a “tradição”, ou seja, determinadas práticas culturais, quase sempre originárias ou produzidas em âmbito rural, são dotadas de alto valor qualitativo por sua longevidade, sendo o acúmulo de tempo um importante critério de qualidade.

É importante destacar que esses critérios não são formas de valoração estáticas e isoladas. Um mesmo produto busca adquirir maior cacife cultural tanto se aproximando de formas culturais “tradicionais”, quanto justificando seu grande poder de comunicação massiva ou mesmo reivindicando uma complexidade técnica específica. São critérios que aparecem aqui e ali em variados graus de atuação, dependendo da interlocução dos atores sociais envolvidos, dos espaços de divulgação e das estratégias de circulação pela sociedade. Nas próximas páginas, serão discutidas algumas estratégias específicas desenvolvidas em algumas práticas de música popular, que utiliza quase sempre diversos modelos de aferição de qualidade.

### **Estratégias de valoração na música popular brasileira**

A centralidade da música popular na cultura contemporânea tem sido apontada por diversos autores, que destacam sua importância na construção de identidades, formação de grupos culturais e hierarquias de gostos na sociedade (MALM 1993, FREIRE Fº & JANOTTI Jr 2006, TROTTA 2005). Diversos pesquisadores de vários campos do saber têm se debruçado sobre o tema numa perspectiva multidisciplinar. O impacto cultural da música popular nos meios urbanos atuais incide primordialmente



sobre a formação de grupos sociais e construção e compartilhamento de afinidades e gostos comuns. Trata-se de um produto cultural que, disponibilizado para amplos setores da sociedade, adquire especificidades simbólicas no momento das experiências culturais, fazendo circular pensamentos e visões de mundo. Sua diversidade estética representa a própria multiplicidade de olhares e saberes da vida cultural contemporânea, fazendo com que a música popular se torne tema de acalorados debates sobre qualidade artística.

No Ocidente, a referência de qualidade musical tem como eixo as obras de compositores como Bach, Mozart, Beethoven e seus contemporâneos, a partir das quais elaborou-se uma teoria da música ensinada nos conservatórios e escolas de música no mundo todo<sup>3</sup>. Utilizada historicamente pela nobreza e pela corte dos países colonizadores das Américas, a música desses autores tornou-se símbolo de *status* social, destinando-se ao consumo das elites. Por isso, ela é comumente chamada de música “erudita”. Essa música tem como característica a demanda por uma audição atenta, silenciosa, que deriva do seu alto grau de elaboração melódica-harmônica e que, conseqüentemente, exige alto grau de “erudição” para ser admirada. Na música erudita, o autor e o intérprete são altamente valorizados enquanto artistas criadores ou virtuosos únicos e a obra de arte é o resultado da criação-inspiração deste *mito*, de quem sempre se espera uma manipulação “inovadora” da técnica. A conjugação de características estéticas específicas (alto grau de elaboração harmônico-melódica), condições de experiência (audição silenciosa), consumo elitizado (nobreza e classes abastadas) e personalização do criador (o “artista”) estabelece um conjunto de critérios que se tornam referência de qualidade musical. Todas as outras práticas musicais das sociedades ocidentais adquirem maior prestígio à medida que seus elementos se aproximam deste referencial. No universo da canção popular, a legitimidade de categorias musicais tende a aumentar quando são empregados alto teor de individualização do autor, grande complexidade harmônico-melódica, sofisticação poética e sonoridade de arranjo rica em contrapontos e variações de texturas instrumentais; ou seja, adotam critérios de valoração musical emprestados dos critérios norteadores de qualidade derivados da obra dos autores referenciais, “eruditos”.

---

<sup>3</sup> Segundo Bourdieu, o sistema de ensino atua como instância de consagração que, “por sua tarefa de inculcação, consagra como digna de ser conservada a cultura que tem o mandato de reproduzir”, sobretudo através da conversão de determinados artistas e obras em “clássicos” e sua inclusão nos programas (2001, pp. 118-122).



É importante destacar que a valorização de uma determinada música a partir dos critérios eruditos não é algo processado apenas pelas esferas mais elevadas da pirâmide social. Este referencial estético de valor percorre toda a sociedade e pode ser compartilhado por indivíduos dos mais variados graus de instrução e faixas de renda. Experimente questionar a qualidade de um compositor como Mozart ou mesmo Villa-Lobos para qualquer pessoa e será possível verificar que, mesmo quando o interlocutor não conhece a obra e o compositor, posiciona-se como profundo respeito em relação a eles, possivelmente por entender que, em nossa sociedade, esses personagens encarnam mitos de qualidade musical. No entanto, isso não significa que o critério erudito de valorização não possa conviver com outros modelos de construção de valor.

Segundo o musicólogo Richard Middleton, tal valor seria formado através da construção de uma *subjetividade musical*, uma posição assumida pelo sujeito que participa da experiência musical em interação com a música (1990, p. 251). Este critério desloca o eixo de atenção das características formais intrínsecas da música para o momento da experiência musical, para a música como fato social. A subjetividade é resultado, entre outros, da “participação corporal”, o que reflete um critério de valorização essencialmente coletivo que se apóia profundamente em um tipo de performance envolvente, fortemente marcada pelo ritmo, na qual o “público” é convidado a fazer parte da sonoridade musical através do canto coletivo, da dança, da participação física. O forró, por exemplo, é um gênero musical cuja valorização pelos seus admiradores é construída fundamentalmente nos eventos, nos “forrós”, onde se dança até o dia raiar. Nos ambientes forrozeiros, não há separação entre evento, dança e música, sendo o vocábulo utilizado para designar as três coisas em perfeita sintonia e quase sinonímia. A animação, o ambiente, a qualidade técnica e o repertório do “sanfoneiro” e os ingredientes do evento são critérios-chave para a construção da subjetividade musical e aferição da qualidade musical no mundo forrozeiro. Essas características não são exclusivas do forró, mas de um modo geral integram tudo aquilo que reconhecemos como “música popular”, ou seja, um *locus* de experiência estético-musical no qual indivíduo e coletividade se complementam na experiência e produzem identificações através da declaração de um gosto comum. Através do gosto, o juízo de valor é elaborado, proferido e compartilhado socialmente, reafirmando as identidades musicais e o prazer da música.

O prazer que a música pop produz é um prazer de identificação – com a música que gostamos, com seus artistas, com as outras pessoas que gostam dela. E é importante



observar que a produção de identidade é também uma produção de não-identidade – é um processo de inclusão e exclusão. Este é um dos aspectos mais impressionantes do gosto musical. As pessoas não apenas sabem o que gostam, elas também têm uma idéia bastante clara do que não gostam e têm uma forma bastante agressiva de declarar esse não gostar (FRITH, 1987, p.6).

A construção da subjetividade musical, estreitamente relacionada à declaração de gosto comum realizada nos ambientes de experiência musical, estabelece um contraponto com a tradição clássico-romântica-erudita, fundada em Bach-Mozart-Beethoven, fornecendo outros olhares sobre a construção de valoração musical. É possível identificar, principalmente na música popular, uma espécie de dupla valorização, onde os referenciais de qualidade se misturam e agregam tanto parâmetros eruditos, como a complexidade melódico-harmônica-textural quanto o grau de intensidade de participação física e individualização do artista. A música será melhor se conseguir reunir aspectos valorativos de ambos os referenciais.

Mas há ainda um terceiro vetor de aferição de qualidade musical, bastante utilizado em certas práticas de música popular que adotam como objeto de valoração um conjunto de representações vinculadas à sua própria trajetória. O tempo torna-se, então, um elemento capaz de agregar valor simbólico e estabelecer um corte valorativo relevante. No samba, por exemplo, é possível observar que parte importante da consagração de um artista deriva de sua proximidade e reverência à “tradição” do gênero (ver COUTINHO, 2002). A tradição do samba (e em outros gêneros) se manifesta através da reverência a obras e compositores do passado, que se tornam representantes de um imaginário cujo eixo de valoração é a noção de continuidade, de permanência. Assim, um sambista adquire maior valor à medida que se demonstra mais próximo afetiva e esteticamente de símbolos desta tradição. O mesmo pode ser observado no reggae do Maranhão, onde valoriza-se o chamado “reggae roots” ou, para voltar a um exemplo de forró, na qualidade superior consagrada ao “pé-de-serra”.

A legitimidade pela tradição, contudo, gera, em seu extremo oposto, uma valorização do tempo presente, da jovialidade, da modernidade. Ser moderno se torna um estilo de vida e de pensamento que rechaça o viver “tradicional” e vice versa. O movimento de eletrificação da música sertaneja, iniciado nos anos 1980, reflete bastante bem essa busca pela valorização do novo. Ao contrário das antigas modas de viola, identificadas com o caipira de um interior rural atrasado e inculto, a “nova música sertaneja” teria seu valor reconhecido por se tratar de uma música “moderna”, voltada



para a temporalidade presente, produto cultural de uma zona rural informatizada, do *agrobusiness*, do fazendeiro que anda de jatinho (NEPOMUCENO, 1999, p. 203)

Desta forma, tradição e modernidade podem ser consideradas duas vertentes antagônicas de consagração estética em música popular, sobretudo para a intelectualidade urbana (ARAÚJO, 2003, p. 350). Porém, convém destacar que a modernidade não apresenta um único viés. O referencial “moderno” pode, por um lado, se aproximar do critério erudito de vanguarda, sendo legitimado por públicos reduzidos, produzindo individualização de autor e refletindo uma busca incansável por uma certa complexidade formal. Por outro lado, a vertente de consagração moderna pode se encaixar, como no caso da própria música sertaneja, numa consagração pela quantidade, resultado de sua circulação social massiva.

Desenvolvendo o viés mercadológico da quantidade como critério de valorização da música popular, Cardoso Filho e Janotti Junior apontam para uma forma de valoração obtida a partir do grau de projeção no consumo. De acordo com este critério, os produtos musicais podem ser divididos entre aqueles de ampla circulação, o *mainstream*, e aqueles de circulação restrita (CARDOSO FILHO e JANOTTI Jr., 2006, p. 18). Para os autores, os produtos de circulação restrita possuem como característica uma certa proximidade entre as etapas de produção e as formas de reconhecimento e consagração, sendo a valoração construída, em última análise, pelos próprios produtores<sup>4</sup>. Esta análise guarda estreitas afinidades com a noção de legitimação erudita formulada por Pierre Bourdieu. Segundo o autor francês, o campo da produção erudita apresenta um determinado grau de autonomia que permite com que a legitimação de artistas e obras seja feita por seus próprios pares, que são também concorrentes entre si (BOURDIEU, 2001, p. 105). Ampliando essa formulação para além das fronteiras de uma arte erudita propriamente estruturada, dificilmente caracterizada enquanto tal em terras brasileiras, esta forma de legitimação pode ser aplicada a todas as práticas culturais cuja circulação na sociedade ocorra em circuitos relativamente fechados ou estreitos. Um grupo de *heavy metal* adquire prestígio entre os consumidores através do

---

<sup>4</sup> Utilizando interessante jogo lingüístico, os autores fazem uma oposição entre o *mainstream* e o *underground* para classificar os produtos que circulam pelo mercado de música. No entanto, o termo “underground” parece ser mais facilmente aplicável ao ambiente do rock de garagem, alternativo, que além de ter uma circulação restrita, incorpora um sentimento de provocação, uma valorização de seu caráter “subterrâneo”. Nem sempre, contudo, esse aspecto pode ser encontrado nos produtos de circulação restrita. A música erudita, por exemplo, apesar de restrita em seu consumo e circulação, é hegemônica nos critérios de aferição de qualidade estética. Com o samba de raiz, temos um processo intermediário, onde o valor se dá não exatamente por ser alternativo, mas pela manipulação de determinados elementos musicais e simbólicos, como a idéia de tradição. Esse fato ajuda a entender porque artistas como Zeca Pagodinho, de grande projeção no *mainstream*, continuam gozando de ótima legitimidade nos circuitos mais restritos de reconhecimento.



próprio circuito deste estilo de rock, da mesma forma como um compositor de samba consegue projeção entre os próprios sambistas e seu público através de sua atuação em rodas e shows de samba, quase todos com público reduzido.

Os produtos do *mainstream*, por sua vez, estariam caracterizados por serem consagrados pelo público, radicalmente distante de sua etapa de produção. Em outras palavras, uma estratégia de valoração fortemente baseada na noção de quantidade que, longe de ser uma categoria meramente numérica, envolve formas de produção de sentido e escolhas estéticas adjacentes. A força da chamada *axé music* baiana no cenário da música nacional representa essa forma de construção de valor e revela o alto grau de legitimidade que alguns personagens identificados com essa prática musical conseguem atingir no imaginário compartilhado de nossa população. É claro que, no caso do *axé*, assim como em muitos outros, a construção de uma subjetividade musical fortemente marcada pela dança, pelo encontro e pela presença física coletiva nos trios elétricos contribuem enormemente para o compartilhamento de símbolos, afirmação de identidades e gostos musicais e estratégias de valoração entre seus admiradores.

Entre tradição, modernidade, grau de circulação midiática, proximidade com a música erudita, formas de participação corporal e compartilhamento de gostos, a discussão em torno da qualidade musical caracteriza-se pela veemência dos atores sociais com ela envolvidos, revelando posições culturais, estratégias discursivas, visões de mundo e hierarquias sociais.

### **O valor dos juízos de valor: um exemplo**

Descrito dessa maneira, o cenário sobre as disputas que cercam a aferição de qualidade musical parece ser relativamente democrático e igualitário: disputa-se a qualidade a partir de critérios compartilhados e cada grupo social escolhe suas armas e vai à campo em defesa de suas preferências estéticas, que por sua vez revelam pensamentos e visões de mundo que pretendem difundir e legitimar. No entanto, as estratégias de valoração desenvolvidas pelos admiradores de um determinado gênero ou estilo musical têm graus bastante díspares de impacto e ressonância na sociedade.

Um juízo de valor adquire maior legitimidade se for formulado em determinados espaços por certos atores sociais. Tal juízo tende a ter ainda maior relevância se encontrar eco nas hierarquias compartilhadas socialmente, no “senso comum”. É o que acontece, por exemplo, no caso da música, quando algum crítico emite um discurso



elogioso sobre o jazz ou sobre a bossa nova. Além de serem veiculados internacionalmente como “boas músicas”, os critérios de valorização do jazz e da bossa nova aproximam-se bastante da valorização da música erudita e, sendo assim, percorrem o mesmo caminho de consagração. Ao mesmo tempo, o consumo de jazz e bossa é reconhecidamente um consumo diferenciado, realizado por elites sócio-econômicas e símbolo de *status*. Atravessando toda essa ambientação favorável, a crítica especializada, a classe musical e o próprio mercado colaboram para estabelecê-los como uma música de alto nível, de alta qualidade.

Na prática do samba, por exemplo, durante os anos 1990 verificou-se uma aguda oposição entre aquilo que se convencionou chamar de “samba de raiz” e novos grupos que foram lançados no mercado sob o rótulo de “pagode romântico” (TROTТА, 2006). Os argumentos que consagram a prática “de raiz” se voltam para o reconhecimento de sua ancestralidade, autenticidade e dos vínculos comunitários envolvidos no imaginário do samba, desde sua origem. Defendendo essa “raiz”, um time expressivo de jornalistas, pesquisadores e sambistas com razoável destaque em jornais e revistas manifesta de forma recorrente um amplo leque de julgamentos negativos com relação aos grupos de pagode romântico. Esses músicos e críticos, com acesso privilegiado aos meios de comunicação de massa, amplificam suas opiniões sobre o samba. É assim, por exemplo, que o sambista e pesquisador Nei Lopes descreve o pagode dos anos 1990 no seu livro *Sambeabá*:

[Nos anos 1990] a indústria internacional do entretenimento apropriou-se da denominação pagode. Aí, o que era uma revolucionária forma de compor e interpretar o samba, fruto de um movimento estrutural, passou a ser apenas uma diluição, expressa em um produto sem a malícia das sínopes, sem as divisões rítmicas surpreendentes, de melodias e harmonias intencionalmente primárias, letras infantilmente erotizadas, com arranjos sempre previsíveis, e cada vez mais próximo da massificação do *pop* (LOPES, 2003, p. 111).

Note que os protagonistas do processo, segundo a visão do sambista, não são os músicos e compositores, mas a “indústria do entretenimento”, o que revela um critério de valor erudito, manifesto na noção de autonomia estética absoluta do “artista”. Trata-se de uma opinião compartilhada por muitos críticos que, bem ao estilo apocalíptico de Adorno e Horkheimer, enxergam os produtos veiculados massivamente como peças elaboradas pelos “escritórios” (1982, p. 164) e, portanto, destituídas de valor propriamente artístico-cultural. Sendo assim, os grupos de pagode romântico se afastam do que é considerado música de qualidade por ser uma espécie de invenção capitalista de laboratório, realizada pelas poderosas multinacionais do disco.





No entanto, apesar de ser inegável que, de fato, em determinados momentos, as gravadoras lançam no mercado artistas inteiramente “moldados” esteticamente de acordo com estratégias comerciais pré-concebidas<sup>5</sup>, a generalização deste argumento demonstra desconhecimento dos meandros do mercado musical e, sobretudo, da história específica dos grupos de pagode romântico que fizeram sucesso na última década do século passado. Quase todos os artistas que surgiram no período iniciaram suas carreiras em bares e encontros musicais das periferias e somente depois se profissionalizaram, mantendo-se fiel à sua sonoridade, forma de compor e postura de palco. O que ocorre é que existe uma certa dificuldade de reconhecer que os signos da modernidade perpassam toda a população e se manifestam nos pensamentos e práticas musicais. A modernidade globalizada do consumo funciona como eixo importante de identificações e a partir dele, diversos produtos culturais são concebidos e compartilhados. O pagode romântico obtém legitimidade exatamente através da valorização do tempo presente, da sociedade atual, individualizada, tecnológica, industrial. O cantor Wagner, do grupo Os Morenos, defende esta visão:

Fazemos a fusão da música jovem, do nosso tempo, com o samba mais tradicional. (...) O samba vem mudando desde os tempos do Donga e do Pixinguinha. O tradicional foi o de 60 anos atrás. A música evoluiu e nem por isso o que fazemos deixará de ser samba<sup>6</sup>.

A partir dessa visão, o samba praticado pelos grupos de pagode romântico é um samba atualizado, feito a partir de matrizes do final do milênio, incorporando elementos característicos do samba em alguns aspectos e não em outros. O sambista Nenê, do Negritude Júnior evoca a questão da modernidade sob a idéia de “geração”:

A gente acha que tem muita gente que quer que o samba fique sempre marginalizado, mas quando vê numa grande gravadora, vendendo bem, tocando nas melhores casas, com um estrutura profissional acha ruim e fala mal. Tem jornalista que não sabe das coisas que rolam e fica escrevendo bobagem. Esses caras vão entrevistar sambistas antigos, de outra geração, que têm uma outra visão do samba. Porque tem uma coisa de época, de geração<sup>7</sup>.

A idéia de uma espécie de conflito geracional é corroborada por diversos discursos, que destacam ainda a importância do surgimento do pagode romântico para consolidar comercialmente o samba no mercado, retirando-o de uma zona hierárquica imprecisa e fechada em pequenos guetos de consumo comunitário. Nesse sentido, a

---

<sup>5</sup> Os grupos infanto-juvenis Balão Mágico, Menudo (década de 1980) e, mais recentemente, Rouge são alguns exemplos dessa estratégia de lançamento fonográfico operada pelas empresas.

<sup>6</sup> *O Dia*, 30/4/96.

<sup>7</sup> Nenê, entrevista ao autor em 31/1/2005.



música dos grupos de pagode romântico teria promovido um aumento do prestígio comercial e do alcance do samba na sociedade, inclusive de sua vertente mais “tradicional”, devendo ser valorizada por isso. Note que nesta fala de Nenê a oposição entre quantidade e qualidade responde por parte da construção de valor e de sua estratégia. Nesse sentido, é possível identificar uma articulação entre modernidade e quantidade, análoga a de outros gêneros musicais de grande sucesso no início dos anos 1990 como o sertanejo e o axé, que estabelecem uma construção de valor que se afasta do modelo erudito de qualidade musical, caminhando para a experiência, a comunicação, a declaração de uma identidade jovem, vibrante, otimista.

### **Concluindo...**

Falar de qualidade em qualquer produção cultural é mexer num vespeiro. Os gêneros, os repertórios, os artistas, a produção de uma certa localidade ou nação provocam sentimentos intensos compartilhados por aqueles que consomem determinada música, filme ou outro produto. Sendo assim, os participantes de um certo grupo social desenvolvem estratégias de valoração baseadas em elementos presentes em suas manifestações que passam a ser adotados como critérios de valor. No entanto, essa escolha de critérios está condicionada a um todo cultural compartilhado e é baseada ideologicamente em operações de simpatia e negação entre uma prática e outras estéticas diferentes, outras comunidades.

No caso da música, vimos que a posição hierárquica que um determinado artista ou gênero musical ocupa num certo momento histórico revela os jogos de poder que circundam as práticas musicais e sua circulação massiva. Há uma espécie de oposição entre quantidade e qualidade, que reflete disputas em torno dos critérios de valoração em música popular, em parte tomados de empréstimo da chamada música erudita e uma outra parte vinculada a critérios próprios de valorização, como o viés da tradição ou da relação comunitária do fazer musical (participação corporal). As formas de construção de valor configuram uma chave para acessarmos parte dos significados compartilhados, das disputas simbólicas e dos pensamentos culturais que circulam pela sociedade através da música popular.



## Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor; HORKEIMER, Max. “A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação de massas” In: **Teoria da cultura de massa**. Luiz Costa Lima (org.), Júlia Eliabeth Levy (trad.) Rio de Janeiro: Paz e Terra, pp. 155-204, 1982.
- ARAÚJO, Paulo César de. **Eu não sou cachorro não**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. “O mercado de bens simbólicos” In: **A economia das trocas simbólicas**. Trad. Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- CARDOSO FILHO, Jorge; JANNOTTI Jr, Jeder. “A música popular massiva: o *mainstream* e o *underground*: trajetórias e caminhos da musica na cultura midiática” In: **Comunicação & música popular massiva**. Salvador, EdUfba, 2006.
- COUTINHO, Eduardo G. **Velhas Histórias, Memórias Futuras - o sentido da tradição na obra de Paulinho da Viola**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.
- FREIRE FILHO, João; JANOTTI Jr., Jeder. **Comunicação & música popular massiva**. Salvador, EdUfba, 2006.
- FRITH, Simon. “Rumo a uma estética da música popular”. Inês Alfano (trad.), do original: “Towards na aesthetic of popular music” In: **Music and society**, Susan McClary e Richard Leppert (eds.), Cambridge, Cambridge University Press, pp. 133-149, 1987.
- HOBBSAWN, Eric. “A invenção das tradições” In: **A invenção das tradições**. Eric Hobsbawm e Terence Ranger (orgs.). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- LOPES, Nei. **Sambeabá: o samba que não se aprende na escola**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.
- MALM, Krister. “Music on the Move: Traditions and Mass Media” In: **Ethnomusicology vol. 37, n° 3**, 1993.
- MIDDLETON, Richard. **Studying popular music**. Philadelphia, EUA: Open Music University, 1990.
- TROTTA, Felipe. “Música popular e mercado: a força das classificações” In: **Revista Contemporanea** vol. 3 n° 2, disponível em [www.contemporanea.poscom.ufba.br](http://www.contemporanea.poscom.ufba.br), Salvador: UFBA, 2005, pp. 181-195.
- \_\_\_\_\_. **Samba e mercado de música nos anos 1990**. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. Rio de Janeiro: ECO-UFRJ, 2006.