



## **Tecnobrega: Pará Compõe uma Indústria Cultural a Partir de Tecnologias Digitais<sup>1</sup>**

Cristiano OLIVEIRA<sup>2</sup>

Leonardo ARAÚJO<sup>3</sup>

Adriana CAMARGO<sup>4</sup>

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - Uesb

### **RESUMO**

Este artigo retrata o mercado tecnobrega do Pará, pois ele adota um modelo de negócio distinto da maioria de outros mercados musicais: neste cenário, o direito autoral sobre as músicas dos artistas não constitui a fonte de renda nem confere ao artista exclusividade sobre sua criação, o que causa estranhamento na indústria fonográfica. A principal banda a utilizar esta iniciativa de produção musical foi a Tecno Show em 2002. Elaboramos um breve estudo do referido ao tecnobrega, afim de melhor entender essa nova cena musical.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Tecnobrega; Tecno Show; Música; Tecnologia; Produção

### **1. TECNOLOGIA DIGITAL E PRODUÇÃO DA MÚSICA**

A produção musical sempre teve um papel primordial em qualquer época, em qualquer sociedade. Sempre existiu uma ligação entre desenvolvimento social e desenvolvimento dos meios de comunicação, sendo a música uma delas. Definir a produção de músicas, levando em consideração que a indústria cultural vem acelerando o processo de produção em prol das novas tecnologias, proporciona intervenções no impacto de se fazer música, que de fato caracteriza-se na relação de Cadeia Produtiva da Música. Em relação a essa demanda, percebe-se o papel das tecnologias e dos setores independentes que muitos artistas vêm se lançando rapidamente. Dentro da Cadeia Produtiva da Música alguns mecanismos são essenciais para compor essa organização, ou seja, o processo de produção e comercialização da música sendo à base desse formato onde a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 5 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Jornalismo da Uesb, email: [crisraves@hotmail.com](mailto:crisraves@hotmail.com)

<sup>3</sup> Graduado em Jornalismo pela Uesb, email: [araujo.leonardo@hotmail.com](mailto:araujo.leonardo@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Uesb, email: [camargoap@yahoo.com.br](mailto:camargoap@yahoo.com.br)



música abriu seu mais novo cenário. Para destrinchar mais esse arsenal em que a Cadeia Produtiva proporciona, defende-se a ideia de Criação, Produção, Distribuição e Divulgação, isto é, essa é a fórmula utilizada por produtores musicais que procuram comercializar de forma rápida, além de garantir resultados satisfatórios, tanto para a indústria fonográfica quanto para a indústria cultural, que vê nesse momento uma oportunidade de democratizar qualquer manifestação cultural, seja ela de todos os níveis e aspectos, havendo uma publicidade interna nos meios da produção musical.

Na esfera da produção musical a criação permite envolver diversos repertórios culturais, já que a procura por novos artistas, a construção de músicas e ritmos, caracterizando em estilos musicais formam essa categoria de iniciar a criação musical, que por fim resulta também nas relações de direitos autorais e cosmopolitismo de gêneros musicais. Dando sequência, o plano de produção é justamente a materialização do produto já criado. Enfim, no registro da música em algum suporte: CD, DVD entre outros arquivos possíveis de guardar a música, é nesse momento que surge a pós-produção que vai utilizar todas as ferramentas disponíveis na tecnologia, a fim de causar efeitos, como mixagem e outras distorções que os aparelhos tecnológicos oferecem e assim continuar a trajetória da cadeia produtiva da música. A distribuição e a divulgação caminham no mesmo lado, pois ambas envolvem no processo de inserir a música produzida ao mercado, e facilitando que a mercadoria seja comercializada pelos consumidores em massa. Essa distribuição se dá por diversas maneiras e formas, ou seja, em forma de downloads, revendedores, lojistas, camelôs entre outras formas de distribuir o produto, como o compartilhamento de músicas na Internet. Dentro dessa ação a divulgação ganha espaço, já que o produto está sendo comercializado, esse processo visa na venda e também na veiculação da música nos meios de comunicação: rádio, televisão e/ou Internet, apresentando artistas, bandas, músicos e organização de shows e turnês em todo o país. Durante esses processos, as redes de comunicação fazem dos novos artistas verdadeiros fenômenos, dando grande impacto na indústria fonográfica. Isso é refletido no gêneros musicais, como o tecnobrega do Belém do Pará, que não é mais tão recente na cena musical, mas que vem se lançando e ganhando espaços na mídia e em questões sociais discutidas sobre sua forma de produção e agregação de “parafernalias” tecnológicas.

O tecnobrega surge na década de 2000, com o propósito de transformar a canção brega dos anos 60 em algo que fizesse o público dançar como nas batidas da techno-music. No entanto, as letras curtas e refrãos pegajosos são adequações necessárias para que o brega



seja novamente reinventado, e aceito pelo público jovem de Belém, que são eles os frequentadores e consumidores do tecnobrega. Em 1960 a canção brega ganha espaço em Belém do Pará, pela distinção social, pois a definição de “brega”, para muitos, significa não ter um bom gosto, ou seja, uma questão estética da música popular brasileira. Mas é por esse viés que a música brega estrutura sua ascensão midiática, que segundo Fábio Horácio-Castro (2006) o ritmo brega de Belém é uma experiência que foi difundida no brega de outras regiões.

O brega amazônico é um movimento musical surgido nos anos 1960, através do trabalho de Ari Lobo e Osvaldo Oliveira (sob o nome artístico de Vavá da Matinha), como uma contemporização belenense do movimento da Jovem Guarda, centrado na cidade São Paulo. O estilo belenense acrescentava à Jovem Guarda o ritmo calipso caribenho, bastante disseminado na cidade e um vocabulário local. Momento de síntese, os anos 60 engendrarão um importante produto do encontro entre essa capacidade de aglutinação que representa a indústria midiática e o vitalismo do momento (HORÁCIO-CASTRO, 2006).

É nesse contexto, que percebe-se a importância que a cidade de Belém é para a música brasileira, e como o movimento cultural da região proporcionou mudanças significativas no fazer música, sobretudo com ascensão das indústrias culturais, das mídias eletrônicas que promovem a circulação do tecnobrega. Portanto, o estudo proposto nesse artigo é analisar alguns conceitos do tecnobrega no Pará, ou seja, compreender o contexto de circulação dessa música bem com a utilização da tecnologia digital em sua produção. A apropriação das novas tecnologias é a válvula propulsora nesse mecanismo produtivo desse gênero. Estúdios caseiros sem a menor condição de se produzir com qualidade só foram possíveis de darem certos, por conta da acessibilidade de equipamentos, computadores e programas como software, sample etc. Ou seja, diversas ferramentas contribuíram para que a cadeia produtiva do tecnobrega venha a se propagar rapidamente, gerando assim trabalho, e em muitos casos uma forma das pessoas ganharem dinheiro, e também difundir a cultura local da cidade de Belém. Assim os processos de autenticação e personalização do tecnobrega fazem parte da trajetória sociocultural da região, pois de acordo com Canclini o conceito de culturas não são “autêntico”, mas sim uma diversificação na interação e práticas de diversas culturas, reforçando a visão de apropriação(2006: XXIII). Canclini avalia como:

Processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas... A hibridação ocorre em condições históricas e



sociais específicas, em meio a sistemas de produção e consumo que às vezes operam como coações, segundo se estima na vida de muitos migrantes (CANCLINI, 2006: XIX).

O tecnobrega tem um repertório cheio de características que nos permite estudar, levando em consideração as mudanças proporcionadas pela utilização da cultura popular, da tecnologia digital na área da criação e produção musical entre outros. A cadeia produtiva da música acelera de acordo a ação das novas tecnologias, sendo elas causadoras da circulação de conteúdos, e no sistema de colaboração na internet, já que é ela a ferramenta primordial da produção do tecnobrega e também da distribuição e divulgação. Enfim, vale ressaltar que essa manifestação é uma comunicação livre e a propagação de conteúdos é realizada em diversas formas. Por isso, que os meios comunicacionais junto com a tecnologia digital transformam e amplia a visão do tecnobrega, não só como um gênero musical, mas numa operação de valores e juízos sobre a cadeia produtiva da música.

## **2. BREGA POP, TECNOBREGA, BREGA MELODY, CONSTRUÇÃO DA NOVA CENA MUSICAL**

O professor do Mestrado de Comunicação da Cásper Líbero, Sociólogo e Doutor em Ciência Política, além de pesquisador em práticas colaborativas e a propriedade dos bens imatérias, Sergio Amadeu da Silveira, acredita que nunca foi tão fácil reproduzir uma música, e que em nenhum momento as pessoas tiveram tamanho acesso às gravações sonoras. “A distribuição de músicas nas redes digitais permitiu que artistas desconsiderados pela indústria fonográfica pudessem expor sua produção para milhares de pessoas” (Sergio Amadeu da Silveira, 2009:27), conclui Sergio Amadeu. Sem dúvida, a música como qualquer outra manifestação cultural é de certa forma historicamente definida, pois os elementos que os apropriam estão numa constante transformação. As tecnologias vieram construir um novo meio de se criar música, sem necessitar de muitos objetos, apenas de aparelhos tecnológicos, fazendo uma reprodutibilidade técnica. Walter Benjamin esclarece o fato de que o processo de industrialização da cultura e dessa reprodutibilidade das criações avalia que “à mais perfeita reprodução sempre falta alguma coisa: o *hic et nunc* da obra de arte, a unicidade de sua presença no próprio local onde ele se encontra” (Benjamin, 1994:224). Isto é, nada pode ser realmente de fato original, mas a recombinação é o processo pelo qual vários mecanismos passam. O tecnobrega vem conversando nessa percepção, já que sua música é um recorte de vários elementos e que com essa junção temos um estilo



modificado, com mais tempero e que agrada um maior número de pessoas, e o digital possibilita que essa música seja propagada em qualquer ambiente certamente, os efeitos da interatividade digital começaram a proporcionar tal situação.

É interessante notar que o digital devolve à música a ubiquidade que sempre a caracterizou e que o mundo industrial, com suas finalidades mercantis, tentou esconder (Sergio Amadeu da Silveira, 2009).

O tecnobrega é realizado a partir de vários elementos sonoros, e muitos deles são utilizados por programas de remixagem e sample, tornando-se inúmeros e efêmeros a sonoridade que tem o estilo tecnobrega. Em um único momento podem ser criadas várias músicas, trocando um ritmo por outro, alteração de timbres, substituindo uma matriz sampleada por outra, misturando sons e garantindo sempre um novo jeito de fazer e escutar música. Em estúdios de gravação, sejam eles caseiros ou profissionais, com todo equipamento necessário, os produtores realizam estas e muitas outras manipulações utilizando softwares, a exemplo do PCDJ, que por sua vez é possível de se encontrar disponível na internet para “pirateamento”, utilizando o download. Mas uma vez reiterando a ideia de utilização da tecnologia para se fazer música, pois o virtual é inserido nesse contexto de que tudo se pode, basta ser inovador e criativo e saber usar o que o digital tem a oferecer. Sergio Amadeu define que:

Já o processo musical no mundo das redes segue um sentido distinto. É cada vez mais influenciado pela cibercultura, ou seja, pela cultura que emerge no interior e a partir das redes informacionais, que aproveita a metalinguagem digital para realizar práticas recombinantes e retomar a cópia, a colagem, a remixagem como atividades criativas tão importantes quanto a denominada criação original (Sergio Amadeu, 2009:38)

Os valores/juízos sociais e as técnicas de se produzir música mudam o tempo todo, já que suas concepções de criar, produzir e distribuir começam a exigir dos produtores uma maior participação, pois em muitos casos são eles o fator primordial para que surja um grande sucesso ou que algumas canções ganhem mais forma depois de uma nova roupagem, isto é, apropriação de produções anteriores. No tecnobrega é comum essa apropriação de outras produções, na verdade, isso é algo corriqueiro em qualquer parte do país, pois em diversos estilos vemos esse resultado da apropriação.

A apropriação de obras já existentes com o intuito de desenvolver novos produtos é uma das possibilidades do processo criativo que agora se torna mais recorrente com as tecnologias digitais. Trata-se de uma prática que se mantém entre a reprodução e a novidade que se tem denominado de *remix*. ( *Remix* no Ciberespaço: da perda da aura à diluição da autoria )



A consequente apropriação de um amplo espaço de tecnologias de comunicação, de informação, entre outros disponíveis, como as chamadas comunidades digitais na web, os softwares de produção de áudio e vídeo, os sites de redes sociais, e muitos outros, são vistos como pontos indicativos para as questões de compartilhamento de arquivos, pirataria digital, downloads, além das discussões sobre propriedade intelectual e apropriação de produções. Assim a questão de propriedade intelectual é bem analisada pelo professor titular do Departamento de Sociologia da Universidade de Campinas/Unicamp, Laymert Garcia dos Santos, que faz um recorte importantíssimo sobre propriedade intelectual e as novas tecnologias e seus aparatos. Para Laymert a propriedade intelectual está além, pois é preciso que a sociedade ao menos se dê conta dessa transformação.

Uma das críticas sobre os direitos de propriedade intelectual diz respeito ao fato de que o copyright apresenta-se não como uma lei cujo objetivo é contribuir para a liberdade de criação e proteção ao autor, mas tão somente como instrumento que dificulta tal processo, já que defende, não a criação, mas esta enquanto produto mercadológico (SANTOS, 2007).

Nesse contexto de incertezas e mudanças conceituais, para que se possam afirmar tais discussões propostas acima, vale utilizar o tecnobrega como objeto, já que dentro dessa produção musical encontra-se todas essas mudanças de forma simples e clara. Muitas foram às transformações sofridas pela indústria fonográfica, desde que o circuito produção, circulação e consumo ganhou mais espaço, principalmente no tecnobrega. Uma análise da forma de como a Banda Tecno Show produz sua música exemplifica bem os fatos dessa apropriação e produção, utilizando sempre a tecnologia digital nas criações de suas músicas.

A Tecno Show é a primeira banda que de fato iniciou o estilo tecnobrega no Pará, formada em 2002, que desde sua formação vem se destacando com músicas do ritmo Tecnobrega, uma mistura de música regional com música eletrônica, estilo criado na Amazônia e usando efeitos, vinhetas, samplers, softwares e acordes que na banda Tecno show vem acompanhado pela voz de Gabriela Amaral dos Santos, mais conhecida por Gaby Amarantos, cantora e compositora da Tecno show. Sua carreira começou aos 15 anos de idade, como cantora na Paróquia de Santa Terezinha do Menino Jesus no bairro do Jurunas; periferia de Belém, onde chamava atenção por sua voz grave e marcante, que contagiava a todos. Sua animação e criatividade posteriormente fizeram com que a



cantora ganhasse as noites junto a Banda Chibantes, onde o repertório misturava pop-rock com MPB.

Em sua trajetória de sucesso a Tecno show conta com 04 CD's gravados, sendo o primeiro intitulado "Tecnoshow, e Ponto Final" com 21 faixas, tendo como um dos seus maiores sucessos o hit "Não Vou Te Deixar", e os grandes sucessos que homenageiam as aparelhagens do estado do Pará. Já no segundo CD com o título "Reacender a Chama", a banda surpreende com a venda de 50 mil cópias em poucas semanas, com os sucessos "Não Desista de Me Amar", "Você Não Entende", "Versos Tristes" e "Reacender A Chama".

### **3. O TECNOBREGA, ESTILO MUSICAL TÍPICO DE BELÉM DO PARÁ**

A Tecno Show teve uma maior projeção, principalmente no âmbito nacional através do projeto "Brasil Total" da atriz e produtora Regina Casé e do antropólogo Hermano Vianna, através desse projeto a banda se apresentou em programas como Domingão do Faustão, além das matérias que foram ao ar no Fantástico, Caldeirão do Huck e Altas Horas da Rede Globo. Na TV Record, a banda se apresentou no Programa Hoje em dia. A Tecno Show também já teve destaque no Jornal MTV e Debate MTV, e em matérias de vários sites e revistas como a Rollingstone.

A banda promove um trabalho totalmente independente, valendo-se de recursos de divulgação alternativos como a "pirataria", fato que chama atenção de grande parte da imprensa mundial, o trabalho utiliza-se também das rádios comunitárias, sons automotivos, internet e aparelhagens de som de pequeno, médio e grande porte que promovem as festas do tecnobrega no estado do Pará. Vale ressaltar que a Criação, Produção, Distribuição e Divulgação são sempre voltadas para o cenário independente, no qual a tecnologia digital influencia fortemente na cadeia produtiva das bandas de tecnobrega. Muito do que é armazenado e disponibilizado na Internet, são realizados pelos fãs-usuários, pois os fãs sentem a necessidade de divulgar sua banda preferida, mesmo o que não seja intencionalmente acaba fazendo a divulgação. Henry Jenkins, teórico da mídia e pesquisador da cultura do fandom (o coletivo dos fãs, em uma tradução livre), aponta o motivo pelo qual o contexto histórico do nascimento da Internet e da cibercultura, levando em consideração a relação entre os fãs-leitores de ficção científica e os usuários das primeiras tecnologias, pois ambos compartilham o



mesmo sentido da utilização do meio, o qual seja ele. Enfim, Jenkins ilustra essa visão mediante a adoção dos fãs para com as tecnologias e suas redes sócias.

Fãs adotaram antecipadamente as tecnologias digitais. Dentro das instituições militares ou científicas, nas quais a internet foi primeiramente introduzida, ficção científica tem sido a literatura preferida há muito tempo. Conseqüentemente, as gírias e práticas sociais empregadas nos primeiros boletins eletrônicos (BBS) eram quase sempre diretamente modeladas pelo fandom de ficção científica. Listas de discussão que se focavam em tópicos de fãs tinham seu lugar juntamente com discussões de assuntos tecnológicos ou científicos (Jenkins, 2006:138).

As bandas utilizam as tecnologias digitais como uma ferramenta essencial no seu trabalho. A tecnoshow envolve diversos mecanismos tecnológicos e também a figura do fã-usuário como produtor de conteúdo musical nos sites de redes sociais, já que eles vivem num aparato meio de variados suportes tecnológico. Tecnoshow é conhecida pela sua característica, de misturar o regional, a exemplo do tupiniquim com a marcante batida do tecnobrega, um trabalho moderno e totalmente influenciado por diversas tendências. Gabi, em seu playlist ela costuma ouvir também outros gêneros como Flashbrega (música do movimento de artistas que iniciaram o ritmo brega no Pará na década de 60), jazz, tendo como favoritas as cantoras Ella Fitzgerald e Billy Holiday. Gaby também obteve formações no teatro e na dança, já foi coreógrafa de grupos folclóricos e quadrilhas juninas, habilidades que só contribuíram para que ela e sua banda fizessem um som diferenciado.

Jenkins defende que, as tecnologias de comunicação tanto foi reformulada quanto ajudou a reformular a cibercultura, produzindo uma diversidade de tipos de conhecimento diferentes em nossos ambientes midiáticos como a exemplo do tecnobrega. Para o autor (2006:135-136), essas mudanças são facilmente retratadas por alguns aspectos: o fato do consumidor ter possibilidade de arquivar, apropriar e recircular o conteúdo midiático a partir das ferramentas que surgem o tempo todo e é claro das tecnologias. Essa relação com o espaço do tecnobrega é bem pautado, já que toda sua produção tem caráter do consumidor ajudar na divulgação de sua música ou álbum. O Do It Yourself/DIY (faça você mesmo) outro ponto abordado por Jenkins, afirma como as bandas do tecnobrega trabalham, isto é, a comunicação livre e a propagação de conteúdos são realizadas em diversas formas e do jeito que você puder, sempre utilizando os mecanismos os são oferecidos. Assim alimentando a ideia da figura do fã-usuário como produtor de conteúdo musical nos sites de redes sociais.





Está mais que normal os casos de bandas e artistas que seguiram o modo de divulgação do tecnobrega, ou seja, em sua forma de venda, na distribuição gratuita do álbum e no compartilhamento de músicas na Internet, tudo isso apenas como forma de distribuição e divulgação, a fim de gerarem lucro a partir de suas apresentações ao vivo, que é a forma mais utilizada pelas bandas de tecnobrega. Desde a produção, seguindo todos os mecanismos de distribuição e divulgação são todos trabalhos que fica por conta própria de cada banda, assumindo todas as atividades que antes eram realizadas por produtoras de discos. Mas, é notório que dentro da indústria fonográfica essa possibilidade ainda se encontram em fases bastante experimentais, isto é, as gravadoras ainda são as principais organizadoras do trabalho da produção musical.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Dentro da produção o compartilhamento é realizado de forma rápida, além de não custar absolutamente quase nada, fortificando a ideia de sistema colaborativo na Internet, e dentro dessa visão se encaixa os fãs/usuários e as bandas que compartilham seus arquivos em sites e redes sociais para downloads. Criando uma rede de operação e colaboração, no qual todos participam e disponibilizam seus arquivos. Atividade essa, que vez a banda Tecno Show ficar rapidamente conhecida, e a fazer um maior e considerável número de shows, pois utilizaram não só a tecnologia digital para criar efeitos musicais, mas como também uma publicidade interativa de sua banda. Os pesquisadores João Leão e Davi Nakano analisam esse cenário, onde as produções independentes junto com a Internet fazem um trabalho de forma rápida e eficaz na produção musical.

Muitos artistas e bandas que, utilizando a internet como forma de promoção, fazem algum sucesso inicial em setores independentes ou como artistas empreendedores necessitam ser absorvidos pelas majors ou por gravadoras independentes com algum poder de mercado para atingir uma maior abrangência e reconhecimento em escala internacional, além de gerenciar a banda e sua imagem na mídia (João Leão e Davi Nakano, 2009:23)

Os pesquisadores Oona Castro, do Overmundo, e Ronaldo Lemos, da Faculdade Getúlio Vargas/FGV. Ambos desenvolveram pesquisas denominadas por eles de Open Business acerca do tecnobrega, da produção musical e da produção cultural independente no Pará. Eles defendem a ideia de que a junção da periferia e das tecnologias digitais é o retrato do novo cenário cultural. Assim como João Leão e Davi Nakano acredita que



nesse novo cenário cultural a indústria da produção musical necessita se consolidar mais, principalmente no que diz respeito à cadeia da música, onde artistas, profissionais da área e pesquisadores saibam que existe novos modelos de produção musical, a exemplo do tecnobrega, e que deve-se de fato acreditar e se apropriar desse mais novo mecanismo de se fazer música.

Hoje, a revolução tecnológica digital pela qual passamos, por um lado, enfraquece as possibilidades de apropriação e geração de valor na indústria da informação, mas, por outro lado, possibilita uma produção criativa (e sustentável) de magnitudes sem precedentes.

## REFERÊNCIAS

AMADEU, S.A. A música na época de sua reprodutibilidade digital. In: PERPETUO, I.F.; SILVEIRA, S.A (Orgs). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Monumental Editorial, 2009.

BARBERO, J. M. Sociedade Miatizada. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Tecnicidade, Identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

CASTRO, G. Consumindo música, consumindo tecnologia. In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências**. Rio de Janeiro: Mauad. 2007.

IAZZETTA, F.. **Música e Mediação Tecnológica**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

LEÃO, J.; NAKANO, D. O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente. In: PERPETUO, I.F.; SILVEIRA, S.A (Orgs). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Monumental Editorial, 2009.

LEMOS, R.; CASTRO, O. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2003.

LIMA, C. R. M.; SANTINI, R. M.. Música e cibercultura. **Revista Famecos** , nº 40, p. 51-56. Porto Alegre: dez. de 2009

NOGUEIRA, B. Por uma função jornalísticas nos blogs de MP3 - Download e crítica ressignificados na cadeia produtiva da música. In: JANOTTI JR, J. S.; LIMA, T. R.; PIRES, V. A. N. (Orgs.). **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet**.

PRESTES FILHO, L. C. **Cadeia produtiva da Economia da Música**. Rio de Janeiro: PUC-Rio /Instituto Gênesis, 2004.

LEAL, Bruno et al. Experiência estética e comunicação: a partilha de um programa de pesquisa. In: GUIMARÃES, César et al.. **Entre o sensível e o comunicacional**. Belo Horizonte: Editora Autêntica.



MARTIN-BARBERO, Jesus. (2001). **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

\_\_\_\_\_. (2004). **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola.