

ECONOMIA POLÍTICA DA CANÇÃO: do tropicalismo ao pop-periférico

[From Tropicalism to peripheral pop]

Rafael Giurumaglia Zincone Braga

Resumo: Esse artigo é parte do projeto de pesquisa que pretende observar em gêneros de nossa música popular massiva – funk, sertanejo, axé *music*, etc. – agenciamentos políticos caros a questões de comportamento e de estética musical. A partir de pesquisa prévia em torno do tropicalismo musical e suas relações com a indústria cultural que se gestava no Milagre Econômico da ditadura militar (1964-1985), cotejamos nesse trabalho a insurgência de gêneros pop-periféricos com as últimas ondas de desenvolvimento econômico no país - em especial nos anos Lula. Nossa hipótese geral é de que políticas de desenvolvimento, sobretudo as voltadas para o consumo de uma então “nova classe média”, implicaram um novo desenho de classe no ato de se *fazer e consumir* música *pop* no Brasil. Tal fenômeno teria (em parte) provocado avaliações negativas sobre o estado da arte de nossa música (tanto na crítica jornalística em cadernos de cultura como em espaços da academia).

Palavras-chave: Tropicalismo; Música Pop-Periférica; Indústria da Música.

Abstract: This article is part of the research that intends to observe how mass popular music genres (funk, sertanejo, axé music, etc.) were assimilated and consumed during the periods of Brazilian development during the government of Luis Inácio Lula da Silva.

Keywords: Tropicalismo; Peripheral Pop Music; Music industry.

1 INTRODUÇÃO

Veza e outra, o fenômeno do fim da canção foi anunciado por algumas personalidades. Chico Buarque, por exemplo, teria dito em entrevista para a *Folha de S. Paulo* (26/12/2004) que talvez a canção seja um fenômeno do século 20”. Para ele: “Noel Rosa formatou essa música nos anos 30. Ela vigora até os anos 50 e aí vem a bossa nova e remodela tudo” (apud Naves, 2010, p.95). Para Chico, o estilo musical do rap seria de “certa forma uma negação da canção tal como conhecemos” e talvez “o sinal mais evidente de que a canção já foi, passou”. O artista partiria então do pressuposto de que esse processo é irreversível e que o momento atual é das vozes da periferia (Naves, 2010). E é sobre essas vozes que nos debruçaremos neste artigo: em canções de fácil memorização, que estão na boca do povo, nas vozes de fenômenos

como Anitta, Gaby Amarantos, Michel Teló, Gustavo Lima, Wesley Safadão, Ludmilla, entre outros.

Nesse trabalho, faremos um primeiro esforço de diálogo entre representantes do *pop-periférico*¹ com a última onda de crescimento da economia brasileira, em especial nos anos Lula. A hipótese que aqui desdobraremos é de que políticas de desenvolvimento, sobretudo voltadas para o consumo, implicaram novos contornos de classe no ato de se *fazer* e *consumir* música - fator que teria (em parte) provocado respostas negativas tanto da crítica musical quanto da academia, num vício evolucionista sobre a ideia de cultura.

À título de exemplo, o filósofo Vladimir Safatle nos fala do “fim da música” em recente artigo também publicado na *Folha* (09/10/2015). Argumenta que “em todos os momentos em que teve desenvolvimento econômico, o Brasil soube acompanhá-lo de explosão criativa em sua produção cultural, menos agora” (2015, p.1). Ao reportar-se às décadas de 1970 e 1980, identifica nos músicos populares daqueles anos os “expoentes maiores da consciência crítica”. Já num intervalo que data de 1990 para cá, observa o predomínio de um movimento que “vai do *É o Tchan*, da era FHC, ao funk e sertanejo universitário do lulismo” que associa à ideia de *regressão*².

Nessa discussão, adotamos o pressuposto de que a dimensão do gosto está fortemente ligada a eixos valorativos e que algumas práticas discursivas irão constituir hegemonias do gosto e interdição das diferenças (Enne, 2014) – nos parece aqui o caso de Safatle. Na construção de nosso argumento, partiremos de um diálogo (por nós já estabelecido) entre o tropicalismo musical³ e a indústria cultural com gênese no Milagre Econômico para chegarmos no Milagrinho (Carvalho, 2018) dos anos Lula e alguns de seus desdobramentos na recente indústria da música. Nesse esforço,

¹ Conforme Simone Pereira de Sá (2017), trata-se de uma Rede de Música Pop Periférica. Gêneros historicamente estigmatizados no Brasil - desde a música caipira, o cancionero brega, até chegar às periferias e “quebradas” dos dias de hoje – ganham em certo momento uma roupagem *pop*.

² “A despeito de experiências musicais inovadoras nestas últimas décadas, é certo que elas conseguiram ser deslocadas para as margens, deixando o centro da circulação completamente tomado por uma produção que louva a simplicidade formal, a estereotipia dos afetos, a segurança do já visto, isso quando não é a pura louvação da inserção social conformada e conformista.” (SAFATLE, 2015, p.1).

³ Seguimos o argumento de Santuza Cambraia Naves de que o tropicalismo significou um primeiro momento de desconstrução da canção - da música não mais restrita à canção como artefato completo (a unidade letra-música) e sim em um conjunto que inclui arranjo, interpretação, figurino, capa de disco. A partir dos anos 1960, a iconografia (para além da canção *per se*) passa a ter grande relevância. Por isso, partimos desse movimento de incipiente *cultura pop* para pensarmos a atualidade de gêneros periféricos em uma formatação *pop*.

pensamos como relevante um olhar em torno dos diferentes protagonismos de classe nessa indústria quando falamos de consumo e gosto.

2 DO TROPICALISMO AO POP PERIFÉRICO

Se o tropicalismo tem lugar num momento de gestação de nossa cultura *pop*, assim como a jovem guarda de Roberto e Erasmo Carlos, o “elemento estrangeiro” presente nessas estéticas – rock e guitarra elétrica – teria sido outrora objeto de grande polêmica (tamanho discórdia parece não ter mais lugar nos dias de hoje). Sem lugar à dúvida, o hibridismo fincou bases em nossa estética e o fantasma da cópia, de uma dominação cultural absoluta, de uma não identidade, parece um tanto distante do atual cenário. Perguntamos: em que lugar do mundo encontraríamos algo semelhante ao *funk carioca*, ao *axé music* da Bahia e ao próprio sertanejo universitário que insurgiu e se espalhou nos interiores de todo Brasil? Supomos que em nenhum lugar verificaríamos algo semelhante. Nisso, ganhamos em *originalidade* (temos uma própria linguagem *pop*!). Entretanto, se direcionamos nossa pergunta em torno do *gosto* e da *qualidade*, o tom das respostas pode mudar.

Assim como já pensamos a postura estética adotada por Caetano, Gil, Tom Zé, Mutantes e Gal Costa, não descolada das configurações da principal vitrine em que se apresentavam – a televisão – queremos trazer algumas considerações em torno do *pop-periférico* em diálogo com novas janelas midiáticas, o *Youtube* por exemplo, e contexto sócio-material em que nos situamos. Em *Parabolicamará: redundância e inovação na infomare televisiva da Tropicália* (2018), defendemos o argumento de que as informações inovadoras da Tropicália, em seu hibridismo de elementos tradicionais e cosmopolitas, só puderam ser adequadamente compreendidas tendo em vista um Brasil cuja estrutura econômica conjugou elementos arcaicos (próprios de uma antiga colônia de exploração) e modernos – como TV e guitarra elétrica (resultantes do desenvolvimento abrupto de uma indústria de bens de consumo).

Nessa época, o corpo criativo da própria canção já teria sido atingido pela *forma-mensagem* da TV: a feitura estética da canção ficaria indissociável das próprias características da televisão, como meio e como atividade empresarial (PAIXÃO, 2013)⁴.

⁴ Segundo a autora, nos festivais, as canções atenderam, em sua maioria, aos anseios do público, com as letras de protesto velado. A própria configuração do evento – com apresentações vibrantes, torcidas e competição – já seria suficientemente atrativa para mobilizar o público telespectador. O programa *Jovem Guarda*, na TV Record, já nasceu com estratégias bem definidas para atrair o público e gerar lucro.

Nos dias hoje, Anitta, Luan Santana, Michel Teló, Lucas Lucco e as duplas Henrique & Juliano e Marcus & Belutti aparecem na lista dos dez vídeos mais vistos da história do *Youtube* no Brasil. Em listas dos videoclipes mais vistos no Brasil nos últimos anos – de 2012 a 2015 – predominam cantores do *sertanejo* e do *funk* (SA, 2017). Diferentemente dos tempos da Tropicália, em que a televisão aparecia como nova vitrine da música popular, temos hoje a inegável relevância de plataformas digitais como o *Youtube* – o site aparece como principal plataforma digital de consumo musical e o segundo na lista de favoritos entre os usuários de redes sociais no Brasil. Além disso, Simone Pereira de Sá nos chama atenção para a ausência, nas atuais listas, de gêneros historicamente consolidados como estéticas das camadas médias urbanas (bossa nova, rock, MPB) em prol do que já foi (e ainda é) considerado “música ruim” por segmentos das mesmas camadas médias.

Segundo Simone Sá, desde os anos 1960, duas constelações musicais disputam a noção de popular em nosso cenário musical. A primeira, da *MPB*, articulava o popular a um conjunto de experimentações que toma o samba por base e que teria por resultado “uma obra ‘moderna’, com harmonias sofisticadas e letras elaboradas” (2017, p.5): bossa nova, música de protesto e tropicalismo. De outro lado, teríamos a constelação musical excluída dessa articulação, constituída pelos gêneros periféricos. Tratados historicamente como alienados e de puro “comercialismo” – constituem-se em estreita conexão territorial com as camadas populares. Viríamos seus embriões no cancionário brega dos anos 1960/1970 – Waldick Soriano, Odair José, Agnaldo Timóteo (ARAUJO, 2003) ao funk carioca originário das favelas, do tecnobrega (Castro and Lemos, 2008), do brega recifense em Pernambuco (Fontanella, 2005), do forró eletrônico em circulação no nordeste brasileiro (Trotta; 2010), do arrocha cultivado na periferia da cidade de Salvador (Vladi; 2015) e do sertanejo adorado nos interiores do país (Alonso; 2015).

Tal lógica de *distinção* (Bourdieu) se manifesta em nossos dias de diversas formas. A título de exemplo, a veiculação de “Agora eu sou solteira” cantada por Waleska Popozuda na rádio carioca *MPB FM* foi recorrentemente vista por muitos como algo inusitado, quase como “um desrespeito à MPB”. No caso, a música de

Os fãs identificados com os apresentadores do programa passaram a consumir os produtos associados a eles. Toda essa engrenagem só foi possível com a televisão, que além de familiarizar o país com o rock, transformou o *Jovem Guarda* em uma vitrine de produtos.

Waleska aparecia no programa *Noite Preta FM*, apresentado por Preta Gil cujo intuito era justamente desconstruir muitos preconceitos associados a um elitismo que canoniza e estigmatiza certos estilos musicais (MONNERAT, 2013). Ao reproduzir essa lógica (mesmo que de forma bastante sofisticada), o texto de Safatle gerou repercussão no meio acadêmico. No site *Academia.edu*, vimos diversas contra-posições ao posicionamento do filósofo, entre elas o texto: “A ferro e fogo: tiro, porrada e bomba” de Adriana Facina, Carlos Palombini e Mariana Gomes. Dizem:

Essas nossas considerações seriam apenas um debate de ideias não fosse o cenário sinistro em que se dão. Como nos ensinou Marx, ideias não vivem no vazio ou em algum lugar atemporal ou ahistórico. O que significa denominar regressão às formas musicais fruídas e produzidas por boa parte dos três mil mortos pela Polícia Militar em 2014, em sua maioria pobres, pretos e periféricos? Paul Gilroy afirma que a música é a biblioteca da diáspora africana. Cada “livro” importa, pois a música performatiza uma história de invenção de vida num Atlântico de dor e sofrimento. A surdez que impede que se ouça essa história de longa duração tem implicações que se contam em cadáveres (2015, p.3).

E mais:

Se percorresse num sábado qualquer os becos e vielas de alguma favela brasileira ouviria uma complexidade de sons e sentidos, os pobres em suas performances a insistir em reinventar a vida diante do genocídio cotidiano. Às balas que não são de borracha, o funk responde com sons de tiros tornados percussão eletrônica, a narrar, de um ponto de vista que não aparece nos jornalões, a sobrevivência nas periferias de nossas grandes cidades (idem).

Voltando novamente aos anos 1960, vemos a então particularidade do tropicalismo em querer “ser cultura de massas e mexer com ela”⁵. Em termos vulgares, tratar-se-ia de uma não recusa da “música ruim” em uma estética forjada a partir de uma classe média universitária – com base na *antropofagia oswaldiana*. Contudo, perguntamo-nos se o tropicalismo em seu esforço antropofágico de absorção do “popular” vingou como estilo de massa? Aparentemente não. Ainda hoje o estilo e seus principais expoentes carregam a etiqueta de “vanguarda” e dificilmente teriam seus repertórios estranhados na extinta rádio carioca *MPB FM*. Se ainda nos pautarmos no exemplo de Waleska, outras músicas do gênero funk passariam ilesas nas vozes de

⁵ Em entrevista para o programa *O Som do Vinil – Tropicália*, apresentado em maio de 2011 no Canal Brasil, Caetano Veloso diz que a primeira de suas preocupações era a “linha evolutiva da música popular brasileira”, em sintonia com um ideário mais geral em torna da *modernização*. Em resposta a Charles Gavin sobre uma sintética definição do que foi a Tropicália, responderia: “ser cultura de massas e mexer com ela”.

artistas como o próprio Caetano, Adriana Calcanhotto, Roberto Carlos, Gal Costa e outros (MONNERAT, 2013).

3 ECONOMIA POLÍTICA, MÍDIA E MÚSICA POPULAR: UMA PROPOSTA DE DIÁLOGO

No livro *A Dialética do Gosto* (2015), Marco Schneider nos diz que entre os anos 1960 e 1970 a indústria fonográfica vivia o apogeu de seu período liberal, altamente concorrencial. Tal condição favorecia o vetor da inovação criativa da música em meio a lógica da redundância que caracterizaria a indústria cultural como um todo. Nesse período – explica – o campo de produção artística ainda teria um grau de autonomia relativamente alto em relação aos campos de poder. Com efeito, a atribuição de valor simbólico a um bem simbólico (como a música) dependia ainda em grande parte dos critérios propriamente estéticos desenvolvidos dentro do campo, em face aos critérios econômicos que crescentemente se impunham via indústria cultural e suas fórmulas de sucesso. Em publicação conjunta, pudemos observar que a Tropicália, nesse sentido, em seu esforço de negociação entre inovação estética e comunicação de massa, foi uma estratégia estética e informacional bem-sucedida⁶.

Se voltarmos nossa atenção para a indústria da música nos dias de hoje, identificamos dois aspectos principais de sua transformação: a) uma desvalorização vertiginosa dos fonogramas e crescente interesse e revalorização da música ao vivo em centros urbanos; b) a utilização das tecnologias em rede como uma relevante estratégia de comunicação e circulação de conteúdos, de gerenciamento de carreiras artísticas, de formação e renovação de público e de construção de alianças com consumidores (Herschmann, 2013). O ano de 2015, por exemplo, constituiu um marco na reconfiguração dos mercados de mídia sonora em nível global. Pela primeira vez, a maioria (51%) dos consumidores de música no Brasil acessa serviços de *streaming* dos quais 35% recorrem a serviços gratuitos e 16% são assinantes e pagam mensalidades. Pela primeira vez desde 1999, a indústria fonográfica passa a ter crescimento graças aos serviços de *streaming* (Vicente; Kischinhevsky; De Marchi; 2017).

Por essas razões, não conseguiríamos compreender a indústria fonográfica nos dias de hoje se nos baseássemos unicamente na tradicional indústria da música fonográfica. Conforme Micael Herschmann (2013), não compreenderíamos a dinâmica

⁶ Ver ZINCONE&SCHNEIDER, 2017.

do circuito do samba e choro na Lapa (Rio de Janeiro) ou do tecnobrega em Belém do Pará somente a partir das *majors*⁷ e suas articulações. Nessas cenas, estrutura-se uma economia da cultura (para além das estatísticas disponíveis) que gera inclusão social, criando milhares de empregos diretos e indiretos, movimentando o comércio local e promovendo diversidade cultural local (idem). Tal fenômeno vale para os gêneros pop-periféricos a que estamos interessados nesse artigo, por exemplo: a cena do funk carioca, das derivações da *axé music* em Salvador, do forró eletrônico no nordeste, etc.

Argumentamos, portanto, que essas cenas musicais que criam uma dinâmica econômica própria não se desvincula de transformações estruturais na economia brasileira ocorrida nos últimos anos. Diferentemente do padrão de crescimento do Milagre das décadas de 1960 e 1970, o crescimento econômico verificado entre os anos de 2006 e 2010 ganha contornos diferentes. Denominado pela economista Laura Carvalho (2018) de *Milagrinho*, um crescimento maior desses últimos anos teria trazido consigo uma redução das desigualdades. Ou seja, mudanças na base da pirâmide resultantes de políticas de transferência de renda e de valorização do salário mínimo, teriam repercutido no padrão de consumo de famílias brasileiras. Produtos e serviços antes consumidos por famílias de renda mais alta, entraram na cesta de consumo de famílias mais pobres - o computador e o *smartphone*, por exemplo – e inclusive maior parte da renda empregada para o lazer e fruição.

No entanto, se voltarmos mais uma vez para os tempos do tropicalismo, vemos que o Milagre da ditadura pouco tem a ver com últimas ondas de crescimento dos anos Lula. Conforme Carvalho, o período 1968-1973 da ditadura militar teve taxas mais altas de crescimento do que as do *Milagrinho*, mas acompanhadas pela ampliação das desigualdades. Na linguagem da época: o bolo cresceu mas não podia ainda ser dividido. Embora se verificasse um aumento substancial nas vendas de aparelhos televisores, de discos (LP) e compactos, entre os anos de 1967 e 1968, tal fenômeno teria ocorrido nos substratos de renda mais altos, enquanto a maior parte da população brasileira esteve excluída desse processo⁸. Colocando lado a lado esses dois

⁷ *Majors* são firmas que dominam as redes de produção e distribuição de música gravada, constituindo-se em oligopólios.

⁸ Ver NAPOLITANO, M. A MPB na era da TV. In: (org.) RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs.). A história da TV no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010; VICENTE, E. Organização, crescimento e crise: a indústria fonográfica brasileira nas décadas de 60 e 70. In: Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, nº 8, v. 3. Aracaju:

processos na indústria da música, podemos perceber uma diferente participação de classe relativa ao consumo de música via indústria fonográfica e também a novidade do consumo em rede, que possibilita novas formas de fruição e de divulgação de artistas que em algum momento tornam-se revelação via *Youtube*, por exemplo. Esse seria o caso da cantora brasileira de maior sucesso hoje no *showbiz*.

Larissa de Macedo Machado, a cantora Anitta nasceu no bairro pobre de Honório Gurgel, subúrbio do Rio de Janeiro, sendo filha da artesã Miriam Macedo e do vendedor Mauro Machado. Em 2009 começou a publicar vídeos em seu canal no *YouTube* realizando versões e dançando para em 2010 fechar contrato com uma gravadora independente do Rio de Janeiro. Devido ao sucesso da canção “Meiga e Abusada” (2012), assinou um contrato com a gravadora *Warner Music Brasil* em 2013. Seu primeiro álbum de estúdio, *Anitta*, foi lançado em julho do mesmo ano e recebeu certificado de platina pela Associação Brasileira dos Produtores de Discos (Fonte: Wikipédia, consultado em 05/12/2018).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora não podemos negar a tendência à redundância que é própria das indústrias culturais (indústria fonográfica, rádio, televisão, games, etc.), quisemos trazer para o centro dessa discussão o risco de possíveis negligências em análises demasiado economicistas (focadas na lógica de reprodução da indústria) em relação às potências também presentes no corpo da música massiva. Esse risco, tal como discutimos, pode-se traduzir na lógica de *distinção* (conforme Bourdieu) ou informada por uma visão iluminista e evolucionista de cultura, quando preferimos concebê-la tal com Stuart Hall: uma “arena de disputa pelo direito de significar”.

Se pensamos o caso do funk carioca, há uma eclosão nesse gênero - de Waleska Popozuda à Anitta - de uma nova configuração e disputa de sentidos. No clipe de “Vai malandra”:

A bunda (e o corpo das mulheres) pode se deslocar da objetificação para a subjetivação! A bunda viva de Anitta com sua celulite sem photoshop é sujeito e não objeto. Se as mulheres fazem o que quiserem com seus corpos (a Marcha das Vadias explicou isso para a classe média), elas podem inclusive se “autoexplorarem”, ensina o funk. A bunda ostentação de Anitta

no início do clipe já aponta para esse outro feminismo (de mulheres brancas, apenas? Acho que não!) (BENTES, 2017).

Se o apodo “universitário” no gênero sertanejo é para muitos um instrumento para atrair as classes mais abastadas num gênero musical protagonizado por homens brancos heterossexuais, podemos também trazer o exemplo da recente onda do *feminejo*: de uma maior presença de mulheres participando e tendo lugar de destaque nesse meio. A música “Ele bate nela” de Simone e Simaria traz um debate acerca da violência contra a mulher. Marília Mendonça, em diversas composições, aborda temas como relacionamentos que deram certo, decepções amorosas, traições, amantes, etc., no entanto, mulheres se mostram nesses assuntos “cada vez mais bem resolvidas” (MACEDO, LACERDA, SOARES, 2017).

Desses exemplos - em que pesa o protagonismo periférico de novas estrelas pop - concluímos nosso esforço primeiro de aproximação das análises em torno do *pop-periférico* e atuais particularidades da indústria (não desconectada do contexto sócio histórico em que se transforma). Buscamos na economia política um achado metodológico que nos auxilie – junto aos Estudos Culturais – perceber com mais detalhes os diversos modos como o periférico (numa luta de Davi contra Goliás) pode também agenciar a indústria por meio de signos e simbologias (que são próprias de vivências e de lugares de classe). Se a música morreu em 2015, conforme diz Safatle, morreram múltiplas vozes que permeiam um país desigual e inúmeras problematizações em torno não só de questões de classe mas de gênero, raça e sexualidade. O *pop-periférico*, a partir de exemplos apresentados ao longo do texto, apresenta-se também como importante espaço de disputa e resistência.

REFERÊNCIAS

ALONSO, G. **Cowboys do asfalto**: música sertaneja e modernização brasileira. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2015

ARAUJO, Paulo César. **Eu não sou cachorro, não**: música popular cafona e ditadura militar. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CARVALHO, Laura. **Valsa brasileira**: do boom ao caos econômico. São Paulo: Todavia, 2018.

CASTRO, Oona. & LEMOS, Ronaldo. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

ENNE, Ana Lúcia Silva. **'E daí?', 'pronto, falei!', 'confesso'**: artimanhas discursivas de qualificação e desqualificação do gosto e da distinção. PragMATIZES Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura, v. 6, p. 1-15, 2014.

FAVARETTO, Celso. **Tropicália: alegoria, alegria**. 3. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

FONTANELLA, Fernando. **A estética do Brega: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife**. Recife: O autor, 2005.

HERSCHMANN, Micael. **Carência de dados e desafios metodológicos para o desenvolvimento dos estudos da indústria da música**. Revista FAMECOS (Online), v. 20, p. 131-146, 2013.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. In: SOVIK, Liv (Org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

MACEDO, LACERDA e SOARES. **Representações femininas no feminejo de Marília Mendonça**. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste. Intercom, 4, 2017, Fortaleza, CE. Anais (on-line). São Paulo: Intercom, 2017.

MATTELART, Armand. Estudar comportamentos, consumos, hábitos y prácticas culturales. In: ALBORNOZ, L. (Org.). **Poder, médios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 2011.

MONNERAT Campos, Henrique. **A politização da arte e a estetização da política por que não?** - O tropicalismo e o seu legado / Henrique Campos Monnerat. — Rio de Janeiro: UFRJ, Faculdade de Letras, 2013.

NAPOLITANO, M. **A MPB na era da TV**. In: (org.) RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs.). **A história da TV no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010

NAVES, Santuza Cambraia. **Canção popular no Brasil: a canção crítica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

PAIXAO, Cláudia Regina. **Televisão e Música Popular na década de 60: as vozes conflitantes de José Ramos Tinhorão e Augusto de Campos**. 146 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP, Bauru. 2013.

SA, Simone Pereira de; **Cultura digital, videoclipes e a consolidação da rede de música brasileira pop periférica**. In: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação; XXVI Encontro Anual da Compós, 26., 2017, São Paulo. *Anais...* São Paulo: COMPOS, 2017. p.1-24.

SCHNEIDER, Marco. **A dialética do gosto**: informação, música e política. Rio de Janeiro: Circuito; Faperj, 2015.

TROTTA, Felipe. **Entre o Borracho e o Divino**: a emergência musical da “periferia”. Galáxia (São Paulo, Online). N.26, pg161-173, dez. 2013

VICENTE, Eduardo. **Organização, crescimento e crise**: a indústria fonográfica brasileira nas décadas de 60 e 70. In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, nº 8, v. 3. Aracaju: 2006.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. **A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil**. Eptic On-Line (UFS), v. 20, p. 25-42, 2018.

VLADI, Nadja. – **O sotaque pop da sofrência**: as estratégias de comunicação do arrocha para se posicionar como música pop mundial. ANAIS do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015

ZINCONE, Rafael; SCHNEIDER, Marco. **Parabolicamará**: redundância e inovação na infomare televisiva da Tropicália. *Revista Em Questão (UFRGS)*, Porto Alegre, v. 24, n. 3, p. 316-333, 2018.

SOBRE O AUTOR

Rafael Giurumaglia Zincone Braga

Doutorando pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ. E-mail: rafaelzincone@gmail.com.