

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Instituto de Ciências Humanas e Filosofia

Área de História

Departamento de História

Curso de Graduação em História

Professor: Christiano Rangel dos Santos

Título do Curso: Indústria da música popular: gêneros, hierarquias simbólicas e mercado

Código: GHT00559

Carga Horária:

Tipo:

Eixo Cronológico: História Contemporânea

Linha Temática: Cultura

Período: 01/2017

Turno: Vespertino

Horário: 14/18 (às terças-feiras)

Título do Curso: Indústria da música popular: gêneros, hierarquias simbólicas e mercado

Ementa: A disciplina tem como objetivo discutir como funciona e se estrutura a indústria da música popular no Brasil, com o foco voltado para suas formas de atuação, as regras com que opera, a relação com os artistas e seus sistemas de classificação. Sendo assim, a proposta visa abarcar a história da indústria da música popular no país desde seu período de consolidação, mostrando o sistema que propicia a produção e veiculação de músicas que integraram a vida cotidiana dos brasileiros. O recorte cronológico contempla o período que vai de 1960 a 2009, o que permite observar as permanências e mudanças na forma da indústria musical. Entre os principais aspectos a serem abordados no curso estão: o conflito entre artistas e gravadoras, o pagamento de jabá, a pirataria, o lugar da MPB na hierarquia sociocultural brasileira, a autonomia artística, o impacto das novas tecnologias de gravação e de difusão, o domínio das multinacionais, o *boom* dos segmentos ditos populares (axé, sertanejo, pagode e outros), o rock e o mercado jovem, e a indústria da nostalgia.

Programa: Unidades I – Música e indústria cultural; II – Anos 60 e 70: a consolidação do mercado fonográfico brasileiro; III – Anos 80: crise, euforia e diversificação; IV – Anos 90: o domínio dos segmentos populares, a expansão do *jabá* e a diluição de hierarquias simbólicas; V – Anos 2000: a intensificação da pirataria, reconfiguração do mercado e indústria da nostalgia.

Unidade I – Música e indústria cultural

- a) O conceito de indústria cultural.
- b) As peculiaridades da produção fonográfica.
- c) O mercado e seus sistemas de classificação.

Unidade II – Anos 60 e 70: a consolidação do mercado fonográfico brasileiro

- a) A “invenção” da MPB e seu lugar na hierarquia sociocultural brasileira.
- b) Regime militar e a modernização da indústria cultural nacional.
- c) O mercado nacional sob o domínio das multinacionais.
- d) A construção da imagem pública dos artistas.

Unidade III – Anos 80: crise, euforia e diversificação

- a) A forte presença da música estrangeira no país.
- b) Segmentos que despontam: o sertanejo, o romântico e o rock nacional.
- c) “Artistas de marketing” e “artistas de catálogo”: a autonomia artística.
- d) O rock e a criação de um público jovem.
- e) As duas principais vitrines do período: o rádio e a tevê.

Unidade IV – Anos 90: o domínio dos segmentos populares, a expansão do *jabá* e a “desclassificação de hierarquias simbólicas”

- a) O barateamento das tecnologias de gravação e o aumento da segmentação do mercado.
- b) Recordes de vendas e os maiores faturamentos da história.
- c) Retração da MPB, o *boom* dos segmentos populares (sertanejo, axé e pagode) e a desclassificação das hierarquias simbólicas.

- d) Meios nefastos de divulgação: a prática do jabaculê (ou jabá) levada às últimas consequências.
- e) O *boom* de relançamentos.

Unidade V – Anos 2000: a intensificação da pirataria, reconfiguração do mercado e indústria da nostalgia

- a) A explosão da pirataria física e virtual.
- b) O fortalecimento dos mercados musicais regionais.
- c) Gravadoras em crise.
- d) Novas tecnologias, novas formas de experiência musical.
- e) Vivenciando o som de outrora: a indústria da nostalgia.

Avaliação: Será dividida em duas partes – I) apresentação de seminários; e II) trabalho final em formato de artigo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural. In: _____. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALEXANDRE, Ricardo. *Dias de Luta: o Rock e o Brasil dos Anos 80*. São Paulo: DBA, 2002.

BYRNE, David. *Como funciona a música*. Barueri: Manole, 2014.

DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

FRITH, Simon. *Performing rites: on the value of popular music*. Cambridge, Massachussets: Harvard University Press, 1998. [Primeiro capítulo do livro, “O problema do valor nos Estudos Culturais”, em versão traduzida por Bruno Pedrosa Nogueira]

Heitor da Luz Silva. *Rock e rádio FM*. Niterói: Editora da UFF / Itajaí: UNIVALI, 2011.

HERSCHMANN, Micael. *Indústria da música em transição*. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2010.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MORELLI, Rita de Cássia Lahoz. *Indústria fonográfica: uma abordagem antropológica*. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.

NAPOLITANO, Marcos. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB*. São Paulo, Annablume/Fapesp, 2001.

_____. *História e música*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

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

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SANTOS, Christiano Rangel dos. *Pirataria musical: entre o ilícito e o alternativo*. Dissertação (Mestrado em História Social) — UFU, Uberlândia, 2010.

SÁ, Simone Pereira de. Se vc gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não? Gêneros, gostos e disputas simbólicas nos sistemas de recomendação musical. In *Revista E-Compós*, v. 12, n.2. Brasília: Compós, 2009.

TROTTA, Felipe da Costa. *O samba e suas fronteiras: “pagode romântico” e “samba de raiz” nos anos 1990*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2011.

ULHÔA, Martha Tupinambá. B Rockin? Liverpool: significado e competência musical. *Em Pauta* (UFRGS), Porto Alegre, v. 14, n. 23, pp. 49-54, 2003.

VICENTE, Eduardo. *Da vitrola ao ipod: uma história da indústria fonográfica no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2014.

Observações: Durante o curso outros textos poderão ser contemplados.