

III ENECULT

TERCEIRO ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

Trabalho apresentado no III ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado entre os dias 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

A Tropicália, o Manguebeat e o ‘Pós-Mangue’ nas capas de disco: Identidades, fronteiras e estéticas na narrativa imagética contemporânea.

Mariana Lôbo Simões¹

Resumo

A proposta deste artigo é apresentar algumas reflexões sobre a representação nas capas de discos em diferentes momentos do percurso sociocultural brasileiro. Nossa atenção está centrada nas capas dos movimentos Tropicalista e Manguebeat - que geraram transformações estéticas em diversos níveis, observando suas reverberações no cenário contemporâneo local, como é o caso das representações no que chamamos Pós-Mangue. Por isso, o trabalho também se propõe a iniciar ainda uma análise da capa de disco Baião de Viramundo: Um tributo a Luiz Gonzaga de 1999, que nos abre a possibilidade de entender os elementos visuais como operadores de discurso; observando um plano de expressão e de conteúdo; detectando valores simbólicos e estéticos e, assim, percebendo os diferentes contextos em que a capa de disco está inserida.

Palavras-chave: Capa de Disco, Representação, Tropicalismo, Manguebeat.

Introdução

Alguns objetos assumem significados bem distintos no mundo contemporâneo. Neste sentido, partimos do pensamento de Roland Barthes ao entender que, em conotações “tecnológicas”, o objeto se revela como o que é fabricado; matéria acabada, estandarizada, formada e normatizada; submetida a normas de fabricação e qualidade; reproduzida em milhares de exemplares pelo mundo; enfim, um elemento de consumo (BARTHES, 2001, p.207). Podemos dizer que os objetos veiculam informação, bem como constituem “sistemas estruturados de signos”, ou ainda, “sistemas de diferenças, oposições e contrastes” (IBIDEM). É o caso dos discos e suas capas, produtos que agregam valor aos LP’s ou CD’s e que, como qualquer capa de revista ou anúncio

¹ Aluna do curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, linha de pesquisa Estética e Cultura Midiática. E-mail: marilobo@yahoo.com

publicitário, estabelecem uma relação com o conteúdo daquilo que ela representa, neste caso a música.

A capa de disco se constitui, sobretudo, como um objeto de expressão artística que aumenta o prazer estético e comunicativo da obra musical, acentuando o sentido do olhar e permitindo ao espectador captar a atmosfera conceitual que se deseja transpor. A escolha das capas de disco como objeto de estudo se deve à especificidade deste canal comunicacional que permite percebermos como são utilizadas as linguagens verbal e imagética que acentuam aspectos dos códigos culturais vigentes. E, ainda, por serem produzidas através de um suporte gráfico que se apropria da fotografia, da ilustração e de elementos das artes visuais em geral, para um ato de comunicação de caráter conceitual.

As primeiras capas de disco, no início do século XX, tinham formato de envelope com um círculo central de ambos os lados proporcionando uma visão do rótulo, que trazia, por sua vez, a logomarca da gravadora e informações gerais, servindo como embalagem dos discos (LAUS, 1999, p.120). Em uma sociedade em que o apelo visual não tinha a força que hoje tem, interessava somente a visualização da música ali contida. Como indica Eugênio Bucci:

O capitalismo atual tem sua mercadoria antes na imagem da coisa do que na coisa corpórea. É como imagem que a mercadoria circula. É sua imagem que precipita o seu consumo – é sua imagem que inicia, e que embala, a realização de seu valor” (BUCCI In NOVAES, 2005, p. 218).

A proliferação de lojas de disco e a introdução do LP no Brasil, a partir da segunda metade dos anos 40, permitiram um preço mais elevado e, conseqüentemente, uma apresentação mais elaborada das capas. Os avanços tecnológicos tornaram as capas um canal de transmissão, merecendo tratamento artístico e de marketing que justificava seu custo, independentemente da preocupação inicial de mera embalagem (LAUS, 1999, p.123).

É importante destacarmos que a mercantilização da produção artística e de outros elementos culturais são demonstrados por Adorno e Horkheimer, que enfatizavam a capacidade da indústria cultural em produzir lucro a partir da comercialização de elementos de uma cultura de massa, obedecendo aos ditames mercadológicos observando seu valor de troca e eliminando seu valor de uso original (ADORNO; HORKHEIMER, 2000, p.169-214). Neste sentido, a propaganda assume

papel preponderante por ser um recurso técnico amplamente utilizado para criar símbolos e signos que alimentam a cultura de massa.

Devemos também considerar o uso da tecnologia para produzir e divulgar arte e cultura. Segundo Walter Benjamin, as obras de arte produzidas pela tecnologia de alta reprodutibilidade emanciparam-se do ritual, viraram rotineiras, perderam o valor de culto (BENJAMIM, 1993). Os objetos culturais tornaram-se informações estéticas, pequenos espetáculos cheios de significados e simbologias, como as capas de disco, visando seduzir o consumidor. A indústria cultural imprimiu ainda um ritmo acelerado à produção de objetos culturais, influenciando a produção das artes. As mudanças e rupturas estéticas aconteceram tão rapidamente causando uma “estetização do cotidiano”. A produção de arte equiparou-se a produção da indústria cultural, unindo-se às manifestações de arte popular de massa.

A produção de significado nas capas de disco é intencional e enfática, por isso assemelha-se ao processo de representação publicitária. As capas geralmente apresentam aspectos mais conceituais e lúdicos do que a publicidade tradicional, estabelecendo uma espécie de cumplicidade com o receptor. Embora o trabalho publicitário tenha intenções distintas daquelas do trabalho artístico, ambos se envolvem com o aspecto plástico e visam causar reações. Consideramos que existe uma inter-relação entre a publicidade e a arte nas capas de disco vista, sobretudo, em suas poéticas visuais, a exemplo de capas feitas por artistas plásticos como Di Cavalcanti e Andy Warhol. Se por um lado as artes são influenciadas de certa forma pelos discursos publicitários, do outro lado a publicidade também se apropria de conceitos das artes plásticas presentes no inconsciente coletivo - o que nos leva a crer que estejamos na contemporaneidade vivendo um momento inaugural com a própria crise de paradigmas – da beleza, da arte, da sociedade.

Para Stuart Hall, um dos motivos para a crise da identidade cultural contemporânea foi o fenômeno da globalização. O crescimento da população mundial, a convivência social na diversidade, a economia sem fronteiras e sua comunicação de massa mundial, destruíram o espaço através do tempo, criando fluxos culturais e identidades compartilhadas, efêmeras e flutuantes. Assim nasceram as identidades híbridas - uma mistura de identidades locais e nacionais, de culturas regionais e mundiais. Ou seja, a fragmentação da identidade cultural e o nascimento das identidades híbridas são características da contemporaneidade (HALL, 2001).

Paradoxalmente, a globalização parece, também, ter conduzido a um fortalecimento de fidelidades e identidades ‘locais’ dentro dos estados nacionais. Embora isso possa ser enganador, o fortalecimento do ‘local’ é provavelmente menos o revival de identidades estáveis de ‘comunidades estabelecidas localmente’ do passado e mais aquela ardilosa versão do ‘local’ que opera dentro e tem sido completamente remodelada pelo ‘global’, funcionando amplamente dentro de sua lógica. (HALL, 1993,p.354).

De acordo com Ana Carolina Escosteguy, tanto Hall, quanto Martín-Barbero e Garcia Canclini chamam atenção para os movimentos particulares de negociações de sentido, processo cultural por que passa a América Latina, que incorporam “imagens” dessa “cultura de massa global”, mas com cara de uma outra identidade, em uma outra história; um novo regime cultural que vive através da diferença. É a partir do espaço “local” que se desenvolvem novas representações e novos sujeitos que atingem meios de falarem por si mesmos (ESCOSTEGUY, 2001,p.148-149).

Neste contexto, os movimentos que advêm do local podem resultar em duas implicações: o retorno ao fundamentalismo, ou seja, a recusa da modernidade toma forma de um retorno ou redescoberta da identidade; ou o reconhecimento que se fala a partir de um determinado lugar, isto é, a descoberta de um passado. Estas origens, por sua vez, não estão imersas em um lugar mítico ou idealizado que não estabelece relação com o presente, mas ao contrário, são espaços de fronteira, de cruzamento, apontado como híbrido. Hall assinala que:

(...) Os híbridos guardam fortes ligações e se identificam com as tradições com os locais de sua ‘origem’. Mas não têm nenhuma ilusão a um verdadeiro ‘retorno’ ao passado. (...) Estão também obrigados a chegar a um acordo com as novas culturas em que vivem, bem como fazer algo novo delas, sem simplesmente deixarem-se assimilar por tais culturas. (HALL, 1993, p.361).

Aproximando essa discussão aos nossos objetos de estudo, podemos observar as interpenetrações do “global” no “local”, principalmente, pela própria construção discursiva. Na Tropicália, houve nitidamente um processo de hibridismo — um cruzamento de fronteira entre um contexto “nacional-popular” e os “estrangeirismos”, resultando num “caldo cultural” repleto de referências: carnavalização, candomblé, vanguardas, novas tecnologias, etc. Os próprios *slogans* do Tropicalismo elucidam esta *melange*: "A pureza é um mito" proclamava Hélio Oiticica.

O mesmo ocorreu com no Mangue, mas de maneira distinta, uma vez que o processo de globalização já se encontrava consolidado. Este movimento traçava um diálogo entre tradição e modernidade, entre ritmos regionais (como o maracatu e o coco) e americanos (como o rock, o funk e o hip-hop). Mais do que isso, este movimento criou um “lugar de fala” a partir de uma perspectiva local, reforçando

Pernambuco como centro de convergência cultural. Consideramos que o Mangue dos “Caranguejos com Cérebro” foi catalisador de fenômenos culturais que aconteceram posteriormente em nível local. É o caso da cena dita Pós-Mangue, que traz uma miscelânea de referências do próprio Manguebeat e de outros estilos musicais, como o eletrônico e a Jovem Guarda etc. , como vemos em alguns artistas do selo Candeeiro Records.

A partir das representações das capas de disco captamos grande parte das menções postas aqui. Podemos verificar certas transformações estéticas já na década de 60, quando artistas como Hélio Oiticica e Rogério Duarte criaram projetos gráficos tão complexos e alegóricos quanto as mudanças propostas pelo movimento Tropicalista. Encontramos nas capas de disco, de forma geral, um amálgama de diversas referências de elementos da cultura popular e midiática, como quadrinhos, fotografia e cinema. Atualmente, percebemos com maior intensidade estas tendências midiáticas somadas a elementos da cultura popular local, como nas capas do Manguebeat e, ao mesmo tempo, uma reinterpretação do “local” no Pós-Mangue.

Vale ressaltar que o recorte proposto neste artigo leva em consideração que a Tropicália, o Manguebeat e o Pós-Mangue, através do selo independente, têm diferenciações, sendo o Tropicalismo um movimento, o Mangue uma cena com caráter de movimento, e o Pós-mangue um cena recente e ainda em formação. Podemos dizer que os resíduos da cultura regional, da cultura nacional-popular e da contra-cultura tornaram-se a substância da cultura de massa no século XX e XXI. Por isso, se faz necessário um olhar mais detido sobre o imaginário coletivo, através da capa de disco, como representação dos movimentos musicais e sua análise uma maneira de compreender as imagens, mitos e símbolos que reafirmam os laços entre os atores sociais.

Acreditamos que os anos 60 e 70 são referenciais de uma experiência que abriu o campo para uma reflexão sobre as condições de emancipação da sociedade e da cultura brasileiras. O engajamento social, a militância política, o culto ao prazer e a cultura pop provocaram uma “estética tropicalista” alegórica, onde a irreverência, os misticismos e a paródia, para citar alguns, foram os fundamentos dos discursos contra o autoritarismo. Já nos anos 80 e 90, percebemos mudanças nas estratégias ético-políticas dos anos precedentes que se deram, sobretudo, pelas transformações das relações sociais, através do fenômeno da globalização, das novas tecnologias e da definitiva espetacularização da cultura, que conduziram a sociedade rumo a outras perspectivas.

Como Stuart Hall, observamos que fenômenos, relações e estruturas têm condições de existência e efeitos reais fora da esfera do discursivo, mas é somente *dentro do discursivo* que eles podem adquirir sentido. Por esta razão, as representações têm um papel constitutivo e não meramente expressivo, na constituição da vida política e social. Por isso, a idéia de articulação entre o passado e o presente é tão significativa para pensarmos o conceito de identidade como *narrativas, discursos*, que estão em *permanente processo de construção*.

Uma imagem da musica contemporânea



Nossa aventura semiológica começa em 1999, quando este selo independente foi criado para registrar a produção musical artística local. O momento era de disseminação de novas tecnologias de gravação e a expansão da Internet, que facilitavam aos independentes - fora do eixo Rio de Janeiro/São Paulo – o lançamento de títulos no mercado fonográfico nacional e internacional. Desde então, o Candeeiro vem registrando e, assim, fomentando uma “cena” de músicos de vários estilos.

Em termos de conteúdo musical, um fator relevante é que a experiência do selo foi influenciada pelo *mangue beat* - manifesto por uma cultura musical de rearticulação da tradição somada a tendências da cultura pop mundial e, por isso, de reforço do estado de Pernambuco como centro de convergência cultural. Na época, a efervescência musical pernambucana, que culminou com o lançamento de discos das bandas precursoras do movimento como Chico Science e Nação Zumbi, ainda reverberava pelo país, mesmo com a morte de Science em 1997.

A coletânea *Baião de Viramundo: Um tributo a Luiz Gonzaga*, disco de estréia deste selo pernambucano em parceria com o selo paulista YB, é produto deste movimento musical. Mesmo porque, seus fundadores - produtores e músicos que estiveram diretamente envolvidos no processo, como é o caso de Pupillo baterista da banda Nação Zumbi. A capa, assinada por outro músico da NZ e ilustrador Jorge Dupeixe e pela designer Valentina Trajano, traz a releitura da capa do LP de Luiz Gonzaga denominado *Chá Cutuba*, lançado em 1977 pela gravadora RCA/AMDEN, que aqui tomaremos como referência para a análise. O exemplar que vamos examinar é a versão para o disco *Baião de Viramundo* licenciado no exterior através do selo inglês Stern's Music, que distribuiu o disco em toda a Europa e América do Norte.

Baião de Viramundo trouxe as músicas de Luiz Gonzaga em leituras contemporâneas de dum 'n' bass, groove, rap, hip-hop, forrós, xotes e aboios. No disco, temos versões para os seus clássicos que oscilam desde o tradicional, caso dos trabalhos de artistas como Naná Vasconcelos, Mestre Ambrósio e do Cascabulho, até o francamente experimental, como a transformação do baião em Drum and Bass fabricada por DJ Dolores, e outros dos produtores da musica eletrônica atual como Rica Amabis, Black Alien, Speed Freaks; ou mesmo por outros artistas de destaque como Nação Zumbi, Mundo Livre e Otto, que também o brindaram com novas versões.

Em seu artigo *Luiz Gonzaga revisitado*, Ramalho toma como modelo o disco *Baião de Viramundo* e seu contexto de transformação da música contemporânea para desenvolver o conceito de mestiçagem, baseada na renovação de elementos da musica tradicional produzindo assim uma estética inovadora, como aludi:

“(…) Gerações sucessivas a Gonzaga vêm contribuindo para desdobramentos da sua obra com incursões atualizadas. Isso mostra que a cultura de tradição oral, na qual Gonzaga se insere, apresenta uma flexibilidade sem igual para recriações inovadoras, em que de uma versão registrada, quando em mãos de artistas criadores propicia o surgimento de uma outra como nova roupagem. Pode-se dizer que ocorre um processo de mestiçagem, aqui compreendida no campo da estética, como uma quebra da forma original para que dos fragmentos emerja uma nova composição que ainda guarda sua ‘marca de fratura’ ” (RAMALHO, 2004).

Como bem coloca Vieira:

“(…) Uma das contribuições dessa música repousa no movimento de ‘atualização da tradição’, e, por esse caminho, ajuda-nos a operar diferenciações. Nesse sentido, é como se o baião fosse tecendo, paciente e

artisticamente, um terceiro cenário com pedaços de ‘lá’ e ‘daqui’, combinados ou reagrupando de modo a manter uma articulação desses dois mundos. É, portanto, nessa perspectiva, que a música de Luiz Gonzaga (...) parece cumprir o papel de ser, nesse contexto, ela mesma, uma nova linguagem. Ou o produto de encontros, cujo resultado é a recombinação de elementos culturais, criando um ‘novo’ conjunto de símbolos de comunicação e não a hegemonia de um pólo cultural sobre outro” (VIEIRA , 2002:248).

Esta “recombinação de elementos culturais” do qual se refere Vieira em *Baião de Viramundo*, se estabelece enquanto construção de novas identidades musicais, com elementos diferentes dos demais, que emerge a partir da recombinação da estética musical tradicional e as novas tecnologias. É justamente o resultado dessa *mélange* as manifestações em suas novas configurações, os códigos novos, os elementos atualizados em sua resignificação.

Este processo de atualização do conteúdo musical - a releitura do tradicional - norteia também a produção da capa do disco. A arte gráfica de *Baião de Viramundo* vai aos limites do formato da embalagem, tamanho 12 x 12 cm, padrão para CD. A composição da capa revela de início uma primeira informação de caráter lingüístico: o título ‘Baião de Viramundo’ em caracteres modernos, traços simplificados, misturando caixa alta com caixa baixa. O lettering é gravado em fonte especial cor azul clara, sob retângulo cor mostarda quase dourado, que se encontra inclinado verticalmente na margem esquerda da capa. Muito usado pelos capistas e designers, este artifício de rotação do lettering pode ser encarado aqui como uma transgressão ao modelo de titulação horizontal, principalmente se comparamos à capa do disco *Chá Cutuba*, com serifa clássica, onde o título é posicionado na horizontal.

Indo além, na mensagem lingüística sugerida por ‘Baião de Viramundo’, suscita o reconhecimento pelo gênero musical nordestino baião. O signo ‘viramundo’ é, naturalmente, a fusão de dois signos que juntos ganham este terceiro sentido – o baião extrapola o âmbito local e ‘vira’, ou melhor, ganha o mundo. Partindo desse pressuposto, o baião ganha o alcance de todos, perdendo seus vínculos inicialmente periféricos atingindo um nível global. Já o subtítulo do disco expressado em língua inglesa, ‘Tribute to Luiz Gonzaga’, repousa em letras brancas sobre a imagem de Gonzaga e tem diferentes proporções: sendo o nome ‘Luiz Gonzaga’ estampado em escala maior que ‘Tribute to’. O que identifica o artista, indicando também a autoria do “baião”. Devemos lembrar que esta capa é a versão exportação do disco, talvez por isso o nome de Gonzaga esteja posicionado incidindo sob a sua imagem para o reconhecimento pelo espectador.

Em seguida, ao lado se percebe o signo *stereo*, em letras brancas em uma fonte distinta do lettering anterior, também sobre um retângulo mostarda de menor espessura. Esse signo lingüístico impresso discretamente na capa traz uma mensagem de reforço da técnica de gravação estereofônica (sucessora do mono ou monoaural). Bastante empregado nas capas dos LPs, especialmente da década de 70, o signo era uma espécie de selo de qualidade que informava o uso desta nova tecnologia – como hoje se utiliza em cinema e DVD a marca Dolby Surround, uma garantia de atributo sonoro . Em *Baião de Viramundo*, a representação do signo se apropria deste significado, tornando-se uma paródia, mas ao mesmo tempo uma lembrança, trazendo consigo para a narrativa um elemento freqüente nos vinis.

A princípio a figura de Gonzaga é reconhecida, o que é reforçado pela mensagem verbal, mas não da forma que este é representado nas demais capas durante seu legado musical. Em *Baião de Viramundo*, a cor do sertão de barro e couro da pele, roupa e chapéu de Gonzaga, tão associados a “nordestinidade”, sucumbiu ao azul claro dado a figura no tratamento gráfico da composição. Este azul melancólico sofre interferência do vermelho presente no fundo, que pontua a expressão sorridente do artista. O vermelho sangue assume a idéia de vigor reforçando o contraste com o azul, recriando o relevo e a profundidade das linhas da face, bem como detalhes das vestes e do chapéu.

A construção digital através dos pontos causa uma granulação delicada e por vezes tão acentuada que remetem aos pixels, pequenos pontos que formam os detalhes e a imagem propriamente dita. Na capa estes signos plásticos transportam a imagem para um contexto específico - a figura de Gonzaga ganha o efeito tecnológico, por isso, atual. Este tratamento técnico da imagem de Gonzaga faz lembrar a serigrafia, que conhecemos mais comumente por Silk-Screen ou estamperia. O processo serigráfico ganhou lugar de privilégio entre os gráficos e também alguns artistas plásticos como Andy Warhol, quando surge a pop art na década de 60, movimento que mistura imagens populares de propaganda. Por ser uma arte que transforma uma imagem em mensagem de fácil assimilação pelas massas, este processo serigráfico também se adapta com muita facilidade aos novos conceitos estéticos e além de ser fácil de produzir em larga escala.

Outro aspecto de suma importância é que a sanfona – elemento tão recorrente nas demais fotos ou ilustrações tradicionais de capa dos discos de Luiz Gonzaga - não está visível nesta representação. Se observarmos a imagem de Gonzaga em *Chá Cutuba*,

veremos que o artista carrega no peito o instrumento; logo, concluímos que o acordeão foi disfarçado intencionalmente para este novo contexto. A “não compreensão” deste objeto na narrativa imagética faz crer que existe aí um processo de negação: o acordeão “sai de cena”, permanecendo somente a representação de Gonzaga como ícone.

Mesmo com todo processo de ressignificação da imagem em *Baião de Viramundo* podemos dizer que alguns elementos foram referenciados na capa do disco. Como a estrela do chapéu de cangaceiro, que é retirada do contexto ornamental do chapéu e posto na condição de signo isolado na capa, ainda que em tamanho menor. O símbolo - visto sem propósito em uma leitura inicial da composição - traz uma informação especial ao disco: a pontuação do elemento de tradição em uma atmosfera criada para ser experimental.

A capa de *Baião de Viramundo* faz um reordenamento de símbolos, imposto pela necessidade de adaptação a nova situação: a releitura do baião. A transformação do sistema de representação visual ocorre em um cenário de hibridismo cultural, experimentados hoje por uma sociedade sob os efeitos da globalização. O fenômeno da globalização, segundo Stuart Hall, resulta em um processo que “ao invés de pensar no global como “substituindo o local”, seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o ‘global’ e o ‘local’ ”. Por isso, o autor compreende que a globalização não asfixia as identidades nacionais, ou seja, para o autor é mais plausível que esta produza “novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’(HALL, 1997:84)”.

O que nos leva a crer que imagens e representações como *Baião de Viramundo* são concepções da memória coletiva e afirmações dessas identidades em construção, que combinam ou recombina códigos, reelaboram símbolos e valores vinculados também a outras tradições.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1993.

BARTHES, Roland. **A Aventura Semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. **A Câmara Clara**, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984

_____. **O Óbvio e o Obtuso**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990.

_____. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 2003.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica (primeira versão). In **Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

BUCCI, Eugênio. O espetáculo e a mercadoria como signo. In: NOVAES, Adauto (org.). **Muito Além do espetáculo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

CALADO, Carlos. **Tropicália**. A história de uma revolução musical. São Paulo: Editora 34, 1997.

DEAN, Roger; HOWELLS, David. **The Ultimate Album Cover Album**. vol 1, Nova York: Prentice Hall Press, 1987.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais** – Uma versão Latino Americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FAVARETTO, Celso. **Tropicália alegoria alegria**. Cotia: Ateliê Editorial, 1995.

FOUCAULT, Michel. Las Meninas. **As palavras e as coisas** - Uma arqueologia das ciências humanas. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

_____. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais.** SOVIK, Liv (org). Belo Horizonte, UFMG, 2003

_____. Culture, Community, Nation. **Cultural Studies.** Chapel Hill, NC: v.7, n.3, 1993.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem.** Campinas, São Paulo: Papyrus, 1996.

JUBERT, Simone. Pós-Mangue - A nova cena musical recifense. **Identidades - A fragmentação do homem contemporâneo.** Revista Continente Multicultural, Recife, ano VI, n. 70, p.74-79, out 2006.

SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001.

LAUS, Egeu. **Capas de Disco no Brasil** - Os primeiros anos: 1951 a 1958. São Paulo: ADG Brasil, 1999.

MACDOWELL, Al. **Compact Disc: Packaging & Graphics 2.** Massachusetts: Rockport Publishers, 1994.

MANGUEL, Alberto. **Lendo Imagens – Uma história de amor e ódio.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MUKAROVSKÝ, Jan. A arte como facto semiológico. **Escritos sobre estética e semiótica da arte.** Lisboa: Editorial Estampa, 1988.

PIETROFORTE, Antônio Vicente. **Uma imagem da música: análise semiótica de uma capa de disco.** Dezembro de 2004. Disponível em <<http://www.felar.unesp.br/grupos/casa/CASA-home.html>> Acesso em 04 ago 2006.

RAMALHO, Elba Braga. **Luiz Gonzaga Revisitado.** In: Anais do V Congresso da Seção Latino-Americana da Associação Internacional para o Estudo da Música Popular, Rio de Janeiro, jun. 2004. Disponível em [http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/rio/Anais2004%20\(PDF\)/ElbaRamalho.pdf](http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/rio/Anais2004%20(PDF)/ElbaRamalho.pdf). Acesso em 04 ago. 2006.

TELES, José. **Do Frevo ao Manguebeat**. São Paulo: Editora 34, 2000.

VIEIRA, Sulamita. **O sertão em movimento: A dinâmica da produção cultural**. São Paulo: Annablume, 2000.

Referências Discográficas

Baião de Viramundo – Um tributo a Luiz Gonzaga. São Paulo: YB;Candeeiro Records, p.1999. 1CD.

COSTA, Gal. **Le Gal**. Rio de Janeiro: Phillips, p. 1970. 1CD. Remasterizado em digital.

GONZAGA, Luiz. **Chá Cutuba**. São Paulo: RCA/AMDEN,P. 1977. 1 LP.

MASSA, DJ Dolores e Orchestra Santa. **Contraditório**. Recife: Candeeiro Records, p. 2002. 1CD.

S.A., Mundo Livre. **Samba esquema noise**. São Paulo: Banguela Records, p. 1994, 1CD.

_____. **Guentando a ôia** . São Paulo: Excelente Discos, p.1996. 1CD.

Tropicália - Ou Panis et Circencis, Rio de Janeiro: Phillips, p. 1968. 1CD. Remasterizado em digital.

VELOSO, Caetano. **Caetano Veloso**. Rio de Janeiro: Phillips, p.1968. Remasterizado em digital.

ZUMBI, Chico Science & Nação. **Afrociberdelia**. Rio de Janeiro: Sony Music, p. 1996. 1CD.

_____. **Da Lama ao caos**. Rio de Janeiro: Sony Music, p. 1994. 1CD.