



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

128
abril-julio 2015

Movimientos sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO
CIESPAL, Ecuador

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE
CIESPAL, Ecuador

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS
CIESPAL, Ecuador

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID
UNIMINUTO, Colombia

Anabel CASTILLO BASTIDAS
CIESPAL, Ecuador

Ana María DURÁN
Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO
Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ
Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO
UNIMINUTO, Colombia

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO
UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
CIESPAL / Universidad de La Frontera, Chile

José Rafael MORÁN
CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ
Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA
CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN
FLACSO, Ecuador

Isabel RODRÍGUEZ,
Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Abel SUING,
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO
CIESPAL, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

UNQ. Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cecilia PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE. España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Guillermo Maldonado

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

La ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

11 TRIBUNA

- 13 **¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?**
Jesús Martín-Barbero

31 MONOGRÁFICO

Movimiento sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red

- 33 **Introducción**
Iria Puyosa
- 37 **Las redes sociales como catalizador del movimiento estudiantil chileno en 2011**
Salomé Sola-Morales, Ricardo Rivera Gallardo
- 53 **El movimiento #YoSoy132 en Xalapa (México): la construcción de la acción colectiva y el estado de la participación en un contexto local de heterogeneidad y conflicto social**
Armando Chaguaceda Noriega, Héctor Manuel Ortega
- 69 **Procesos de enmarcamiento y estrategias comunicativas de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil en las protestas de 2011 en Colombia**
Edwin Cruz Rodríguez
- 85 **Internet y redes sociales: artefacto tecnológico ¿o locus digital para la movilización política?**
Verbena Córdula Almeida, Tainan Barbosa de Souza Piantavinha, Vilmária Bispo dos Santos
- 101 **Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã**
Denis Porto Renó
- 113 **Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red**
Silvia Lago Martínez

131 ENSAYO

- 133 **Comunicación y democracia en el siglo XXI: el reto de la formación**
Raisa Urribarri

- 149 **Cultura da Telenovela: circulação, apropriação e práticas de consumo da telenovela em redes sociais digitais no Brasil**
Erika Oikawa, Lourdes Ana Pereira Silva, Sara Alves Feitosa
- 165 **Emergencia Indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir. Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas**
Claudio Andrés Maldonado Rivera, Carlos Reyes Velásquez, Carlos del Valle Rojas
- 183 **La función política de la televisión e internet en contextos de movilización social: el caso chileno**
Lorena Mónica Antezana Barrios
- 197 **Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político**
Iria Puyosa

215 INFORME

- 217 **La publicidad radiofónica en internet. Características, potencialidades y principales formatos**
Teresa Piñeiro-Otero
- 237 **Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/Brasil**
Simone Luci Pereira
- 253 **Comunicación, democracia y consumo mediático: el despertar de las audiencias juveniles**
Laura Lizeth Campos Guido, Juan Antonio Garza Sánchez
- 269 **Análisis de las videotecas on-line de las principales televisiones en la República del Ecuador**
Jorge Caldera-Serrano, Roberto Freire-Andino
- 287 **Protestar é preciso: o MST e os “500 anos” do Brasil na imprensa portuguesa**
Alexandre Barbalho

301 RESEÑAS

Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/ Brasil

*Consumption and musical listening, identities, otherness.
Considerations on the ‘latin’ musical circuit in São Paulo/Brazil*

*Consumo y escucha musical, identidades, alteridades. Consideraciones
sobre el circuito musical “latino” en São Paulo/Brazil*

Simone Luci PEREIRA
Universidade Paulista

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Informe, pp. 237-251)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumo

Este artigo apresenta e discute aspectos de pesquisa em andamento sobre a presença e as práticas musicais-midiáticas que conformam uma cena ou circuito “latino” em São Paulo. Dirigimos a atenção tanto às ações de migrantes oriundos da América hispânica que vivem na cidade, como também de brasileiros envolvidos neste amplo leque de atividades que inclui a atividade de DJs, promoção de eventos, bares e locais de dança, aulas de dança, culinária, exposição de artes plásticas e filmes, dentre outros. Aqui apresentamos uma discussão sobre esta cena ou circuito (com seus atores, práticas e cenários) e a importância deste referencial teórico-metodológico para pensar as culturas urbanas permeadas por lógicas comunicacionais e processos midiáticos.

Palavras-chave: circuito musical, migração, consumo cultural, identidade cultural.

Abstract

This paper presents and discusses aspects of ongoing research about the presence and the musical-mediatic practices that conform a “latin” scene or circuit in São Paulo/Brazil. We focus the actions of migrants from Hispanic America living in the city, as well as Brazilians involved in this wide range of activities that includes the DJs activities, promoting events, bars and dance venues, dance lessons, cooking, arts plastics exhibition and film, among others. In this article, we analyze this scene or circuit (with its actors, practices and scenarios) and the importance of this theoretical and methodological framework to reflect on urban cultures permeated by media processes.

Keywords: musical circuit, migration, cultural consumption, cultural identity.

Resumen

Este artículo presenta y discute los aspectos de una investigación en curso sobre la presencia y las prácticas musicales-mediáticas que conforman una escena o circuito “latino” en São Paulo/Brasil. La atención se ha centrado en la acción de los migrantes de América hispana que viven en la ciudad, así como de los brasileños que participan en esta amplia gama de actividades que incluye la actividad de los DJs, la promoción de eventos, bares y locales de baile, clases de baile, cocina, exposición de artes plásticas y cine, entre otros. Aquí presentamos una discusión de esta escena o circuito (con sus actores, prácticas y escenarios) y la importancia de este marco teórico-metodológico para pensar las culturas urbanas permeadas por los procesos comunicacionales y procesos mediáticos.

Palabras-clave: circuito musical, migración, consumo cultural, identidad cultural.

1. Etnografias na cidade: mídias, fluxos, circuitos, redes¹

A questão das cenas ou circuitos culturais e musicais tem tomado espaço cada vez maior nas reflexões do campo da Comunicação. A interpretação de cenas ou circuitos culturais em meios urbanos revela forte ligação com práticas de etnografia das cidades, trazendo uma aproximação das discussões que têm sido levadas a cabo no campo da Antropologia Urbana e dos Estudos Culturais realizados na América Latina. Pensar a cidade na conjugação de enfoques comunicacionais e culturais pode contribuir para compreendermos mais profundamente as relações entre culturas urbanas, cenas culturais musicais, culturas midiáticas e do consumo, onde identidades, pertencimentos, afetos, socialidades, formas de auto representação e visibilidade se articulam entre práticas e imaginários de grupos urbanos, em que a dimensão urbana e sua cultura são atravessadas por lógicas comunicacionais/midiáticas que se tornam constitutivas da vida nas cidades.

O trabalho de etnografia e cartografia de metrópoles impõe uma atenção às especificidades do urbano e da vida nas cidades, salientando o papel preponderante dos nomadismos, deslocamentos reais e simbólicos presentes no dinamismo da vida urbana, não permitindo olhar seus atores encarcerados em grupos fechados e homogêneos, ou territórios, fronteiras e áreas espaciais estanques e fixas. Abordagens, portanto, que colocam no centro do debate o dinamismo e a complexidade dos grupos urbanos em seus deslocamentos, em suas apropriações dos espaços concretos e simbólicos, nas suas formas de se agregarem em torno de estilos, modas, formas de entretenimento, circuitos ou cenas musicais.

A pesquisa com grupos de migrantes “latinos”² tem mostrado que há laços identitários, redes de pertencimentos entre eles que se mostram de maneira mais fluida, que envolve vários outros pertencimentos (de etnia, classe, profissão) e se encontram mais ou menos dispersos pela cidade. A constituição de uma cena ou circuito “latino” na cidade envolve indivíduos cubanos, colombianos, peruanos, bolivianos, chilenos, brasileiros em que trocas e negociações culturais ocorrem a todo o momento, não sendo possível encarar grupos migrantes de maneira purista ou como se vivessem em comunidades (no sentido mais tradicional do termo). Noções como interculturalidade (Garcia-Canclini, 2007) e cosmopolitismo metodológico (Hannerz, 1997) se fazem necessárias para compreender grupos migrantes que vivem em redes de apoio mútuo e sentimento de pertença a uma comunidade imaginária, mas que também se associam de maneiras múltiplas

1 Uma versão resumida deste artigo foi apresentada no GT “Comunicação, consumo e novos fluxos políticos”. Congresso Internacional de Comunicação e Consumo, realizado nos dias 8 a 10 de outubro de 2014. São Paulo/SP, Brasil.

2 A noção de “latinidade” será analisada mais a frente. No entanto, importante destacar desde já que não assumimos este conceito na pesquisa, mas problematizamos e desconstruímos esta categoria. Adotamos seu uso por ser uma categoria empregada pelos próprios atores sociais que analisamos.

aos brasileiros aos quais se associam pelas redes estabelecidas em torno do lazer, entretenimento e consumo e prática da música e da cultura “latina”.

Com este referencial na reflexão sobre a cultura nos e dos meios urbanos é que discutimos o uso de conceitos ou categorias de análise mais apropriadas para pensar este nosso objeto de pesquisa: as práticas musicais-midiáticas³ ligadas à “latinidade” na cidade de São Paulo. No campo da Comunicação, o conceito de cena, advindo de Will Straw desde a década de 1990, tem sido usado como um referencial amplamente aceito para construir as relações das músicas com as cidades, nas formas como grupos urbanos projetam, imaginam, nomeiam seus fazeres musicais, em que noções de território, lugar e espaço estão fortemente implicadas. Para além da música em si, a noção de cena comporta a análise da indumentária, os gestos, as gírias, os sentidos todos de pertencimento que unem os indivíduos a determinada música, seus locais de práticas, bares, ruas, clubes, prédios, palcos, equipamentos culturais e sociais dando estofamento para as suas condições materiais, políticas, econômicas de existência.

No Brasil, vários pesquisadores já têm sistematizado estudos e reflexões sobre o uso do conceito para a realidade de nossas cidades, os limites, abrangências e possibilidades desta categoria de análise (Janotti Jr. e Sá, 2013). Nestes trabalhos, destacamos uma ampliação da noção de cena que passa a incorporar a tendência em pensa-la articulada a formas de gregarismos, sociabilidades, afetos entre grupos juvenis; a fluidez e dinamicidade destes grupos juvenis; as ligações entre estéticas, corporalidades e comportamentos ligados à música; seu mercado componente midiático; sua característica de dialogar elementos culturais locais e globais; sua forte conotação territorial; e as relações que estabelece entre territórios *offline* e *online* em que as redes digitais não podem ser vistas em antagonismo ao que ocorre nas ruas, mas numa fluidez de mútua influência (Sá, 2013).

Ampliando e apresentando alguns limites da ideia de cena musical, Trotta (2013) questiona o quanto o conceito pode ser bem aceito e inquestionável para realidades do mundo anglófono (*lócus* de origem da noção), mas que entre nós (no Brasil) pode ter seus limites explicitados no fato de alguns gêneros musicais como samba, música sertaneja, entre outros que gozam de extrema aceitação popular e que fazem parte do *mainstream* da indústria musical, não condizerem com a característica de pequena escala e de subculturas que está na base da ideia de cena. Mais ainda, Trotta toca num ponto que nos parece central na noção de cena e que pode conduzir ao cuidado no uso da categoria por aqui: o cosmopolitismo. Segundo o autor, práticas mais condizentes com o conceito de cena mantêm relações estreitas com o mundo e a língua inglesa (sem supor um imperialismo cultural, mas também apontando para as relações de poder que existem no mundo da cultura), em que ser cosmopolita mostra-se como um capital simbólico (nos

3 Por práticas musicais-midiáticas compreendemos não apenas a *performance* musical, mas as atividades de artistas, produtores musicais e culturais, como também a escuta de canções, a dança, a participação e frequência em *shows*, eventos, bares e locais de dança, articulando produtores e receptores.

termos de Bourdieu, 1988), que garante distinção, prestígio e legitimidade no mundo social e que aponta também para a posição de subalternidade assumida pelos que não dominam o idioma universal que garante entrada no mundo cosmopolita de “sentir-se em casa” em qualquer lugar do mundo.

Assim, se o samba ou o sertanejo não se utilizam destes termos que garantiriam um cosmopolitismo, tampouco a música “latina” dançante que analisamos (salsa, bachata, cumbia) vale-se deste repertório. No grupo que temos analisado, há inclusive um certo rechaço ao mundo anglófono, em valorizações diferenciadas de um “ser latino-americano” difuso e contraditório que ressalta em variados momentos noções de tradições, autenticidades, pureza cultural como bens simbólicos de grande valor no campo cultural e musical. Entre os brasileiros que frequentam ou são produtores destas práticas musicais “latinas”, o cosmopolitismo estaria no uso da língua espanhola e no domínio de códigos da cultura cubana e caribenha (hegemônicas entre este grupo) como a dança, as comidas, as girias, as indumentárias.

No que se refer à ideia de circuitos, Herschmann (2007 e 2013) tem colaborado para uma definição e ampliação deste conceito. Segundo o autor, as cenas se caracterizam por sua fluidez e instabilidade, em eventos não sistematizados (mas com alguma regularidade) ocorridos em uma área cultural, com forte ligação com formas alternativas e de relativa independência frente às grandes mídias, sendo forte o componente local e relevante o caráter de informalidade e espontaneidade, dependendo dos gostos e afetos de seus protagonistas. Já os circuitos de produção musical e cultural sinalizariam uma maior sistematização, institucionalização e monetarização das práticas, com uma certa segmentação e planejamento de funções de produção, circulação e consumo musicais já não concentrados em poucas pessoas e tampouco dependentes de aspectos apenas informais e afetivos (embora estes continuem presentes), abrangendo também a circulação de outros produtos vinculados às práticas musicais. Mais ainda, na ideia de circuitos, mostra-se presente uma vinculação não apenas a um lugar, bairro ou rua, mas a espaços não contíguos de uma cidade ou até outras localidades (Herschman, 2013).

Assim, a noção de circuito mostra-se em diálogo com a noção de cena. Em nossa percepção, amplia em alguma medida o horizonte das cenas ao não fixar-se e não ter pretensões cosmopolitas ligadas especificamente no mundo anglófono e por pensar as práticas dos atores na cidade em espaços não contíguos, localizados, mas em trechos diferenciados e até distantes da cidade. Este é um fenômeno, aliás, que presenciamos em relação às práticas de música “latina” em São Paulo, tendo ações localizadas na Vila Madalena, mas também na área central da cidade e também em bairros mais elitizados como Vila Olímpia e Itaim Bibi. Mais ainda, a noção de circuito parece estar em sintonia com o que vemos percebendo na pesquisa no que tange a um maior grau de organização e monetarização das práticas musicais-midiáticas “latinas” em São Paulo, que ainda conservam um grau de protagonismo dos atores, mas que se mescla a lógicas mais comerciais e não apenas da afetividade e busca de interação entre imigrantes.

Denise Cogo (2012) traz a noção de rede social de imigrantes como outro importante aporte teórico para a especificidade de nosso objeto. Segundo a autora, a noção de rede social tem assumido relevância para o estudo das migrações transnacionais contemporâneas, dada a centralidade das redes nos processos de interação, recriação de vínculos, organização de estratégias de visibilidade dos grupos migrantes, ressaltando práticas midiáticas impulsionadoras de modos de cidadania não macroestatais ou governamentais, mas espalhadas nas micropolíticas do cotidiano em formas de cidadania comunicativa. Nesta noção de rede proposta por Cogo, salientam-se experiências de território e localização que são múltiplas e não estanques ou fechadas, colaborando com nossa reflexão sobre as práticas migrantes na cidade de S.Paulo.

Dado o espraiamento destas práticas musicais midiáticas, em suas formas de organização e nas formas de interação em redes na cidade de São Paulo (como as que apresentamos acima), não concentradas num único bairro e não ocorrendo em locais públicos, pensamos e utilizamos as noções de cena, circuito e rede em articulação, cruzando-as em múltiplas possibilidades. Os avanços propostos por cada uma delas nos faz utilizar a noção de circuito mais comumente em nosso trabalho, numa articulação e diálogo com a noção de cena e de rede, avaliando a cada momento qual das categorias se adequa melhor, de acordo com os elementos obtidos na pesquisa empírica, requerendo uma postura teórico-metodológica que busca reconhecer as zonas de fronteira, os espaços intersticiais entre culturas, entre local e global e regional, em etnografias multisituadas (Marcus, 1995), em seus fluxos e fronteiras híbridas (Hannerz, 1997) que possibilitem análises que não sejam dicotômicas e excludentes.

2. Música “latina”, consumo e alteridade

É necessário explicitar que, no Brasil, “latino” é uma denominação usada para se referir a grupos de pessoas, músicas, culinária, danças, cultura, entre outros elementos oriundos ou ligados a países da América Latina hispânica. Em torno desta designação, tem se construído uma série de eventos, práticas comerciais e comunicacionais, de entretenimento (e mesmo de uso no senso comum), de sociabilidade e construção de identidade, que podemos chamar de cena ou circuito musical e cultural, que se vale da ideia de uma certa latinidade.

Importante destacar que não assumimos este conceito de latinidade, pois temos clara consciência das fortes conotações de exotismo, estereotipização do Outro e construção de hierarquias que estão presentes nesta nomenclatura, bem como seu uso mercadológico e sua ação que encobre as diferenças e nuances que existem debaixo deste grande guarda-chuva da latinidade. Ao longo da pesquisa, buscamos desconstruir e problematizar este conceito ou ideia. Entretanto, por ser uma categoria e uma designação utilizada pelos próprios grupos que pesquisamos, adotamos aqui também o seu uso, com ressalvas e com a necessária desconstrução,

sendo por isso, sempre utilizado entre aspas. Voltaremos a esta questão do consumo da alteridade, da exotização, multiculturalismo e interculturalidade mais à frente.

A cartografia que propomos neste artigo não se quer definitiva, mas como um mapa noturno (Martín-Barbero, 2004) que aponta pistas e alguns trajetos do olhar, da escuta e da reflexão elaboradas até aqui. Temos mapeado três áreas da cidade que concentram as práticas musicais midiáticas ligadas à latinidade focada na música dançante: 1) a área central da cidade, que concentra casas como *La Salsa Discotek*, mais populares, que agregam em sua maioria imigrantes bolivianos e peruanos que vivem nos arredores, onde tocam preferencialmente gêneros ou ritmos como *cumbia* e *reggaetón*; 2) a região da Vila Olimpia/ Itaim Bibi, em locais elitizados de dança e música ao vivo como *Azucar* ou *Rey Castro*, frequentadas por um público de alto poder aquisitivo e turistas em passagem pela cidade, onde se toca salsa, merengue e *pop latino*; 3) a região da Vila Madalena e entorno (Lapa e Pinheiros), onde há o Bar *Conexion Caribe*, epicentro da reunião de praticante de danças como salsa, e *bachata* e amantes da cultura cubana em geral, e centros culturais como o *Rio Verde* (onde ocorre o “Vila Latina”), o *Jazz nos Fundos*, onde se apresentam grupos de *cuban latin jazz* (que não é voltado à dança, mas que reúne a este público que consome música “latina”), ou o *Serralheria*, espaço onde tem ocorrido a festa “Cuba vem até você”.

No presente texto nos centraremos neste terceiro grupo, apresentando um pouco da história e das dinâmicas atuais do bairro da Vila Madalena e ressaltando alguns aspectos ligados ao consumo cultural e as lógicas de distinção.

Chamou-nos a atenção desde o princípio da pesquisa o fato de muitos dos imigrantes cubanos, chilenos, colombianos, em geral músicos, artistas plásticos, produtores culturais, viverem em torno do bairro da Vila Madalena, tendo ali também seus locais de sociabilidades e onde estas práticas musicais e midiáticas se explicitam. Este bairro e seu entorno é um dos locais onde ocorrem festas e eventos denominados e proclamados como “latinos”, bem como e onde se localizam alguns bares, restaurantes, locais de dança que também se valem desta denominação.

Sobre o bairro da Vila Madalena, cumpre saber que se mostra no imaginário da cidade como um bairro boêmio, cosmopolita, com bares mais “alternativos”, que aglutina artistas plásticos, produtores de cinema, jornalistas, intelectuais, músicos, com posições políticas progressistas, liberalidades nos costumes, sociabilidades mais próximas entre vizinhos e conhecidos, etc., o que não corresponde totalmente à realidade na atualidade (Dantas, 2008). De fato, o local reúne inúmeras galerias de arte, centros culturais, bares, hostals, restaurantes, botecos, produtoras de cinema, redações de jornais e revistas alternativos, mas também um certo movimento boêmio nada alternativo, elitizado, articulado aos padrões de gosto e consumo de outras áreas nobres da cidade, intensa expansão e especulação imobiliária, trânsito quase sempre caótico, não se encaixando completamente na descrição de muitos de seus moradores e frequentadores e num certo imaginário

criado da Vila pelas mídias. O que vai se mostrando é um bairro movimentado, repleto de estrangeiros, frequentadores da noite, moradores, combinando cosmopolitismo e um ar de bairro ou vila, casas simples e até cortiços com condomínios de luxo, ateliês de artistas, locais de música já referência na cidade, em disputas reais e simbólicas pelo espaço como signo de distinção (Bourdieu, 1988) ligada à intelectualidade, arte, a um certo gosto cool, e aspectos mais modernizadores, em geral associados a outros bairros elitizados de São Paulo. Outros fatores históricos (que não cabem no espaço deste artigo) ajudaram a edificar a Vila como símbolo de local intelectualizado, reduto da “esquerda” progressista, de liberalização dos costumes e cosmopolita, artístico e alternativo. Um bairro *sui generis* dentro da expansão urbana para a zona oeste da cidade de São Paulo que segue atraindo imigrantes ligados ao mundo das artes por seu caráter e sua fama de locus cultural e alternativo, intensa vida boêmia e cosmopolita –explicitada nos meses de junho e julho de 2014 pela alta concentração de turistas estrangeiros visitando São Paulo em razão da Copa do Mundo⁴– mas que também possui ares de bairro ou cidade pequena em plena área central de São Paulo, com casas antigas, feiras livres, ruas e recantos bucólicos. Nesse sentido, aproximamo-nos do pensamento de Nestor Garcia-Canclini (2004; 2007), quando investiga práticas culturais contemporâneas híbridas, interculturais e multitemporais que ressaltam suas relações com o consumo e os meios de comunicação, aproximando a etnografia urbana aos fenômenos midiáticos, onde se articulam e rearticulam laços e interações sociais através das mediações comunicativas da cultura (Martín-Barbero, 2004).

Esta vida urbana onde se inserem as particularidades e ambiguidades elencadas sobre a Vila Madalena é palco de algo que nos parece um ponto fulcral na reflexão que fazemos neste artigo, a saber, como questões relacionadas ao consumo, ao entretenimento, as formas de autorepresentação e de visibilidade/audibilidade, questões de capital simbólico, gosto e legitimidade por objetos culturais e musicais mais alternativos ou “descolados” se imbricam quando tratamos da interculturalidade e dos fluxos locais/globais presentes nos contextos de migrações e diásporas em metrópoles cosmopolitas. No estudo que vimos realizando, percebemos que vai se constituindo uma espécie de consumo da alteridade objetificada na construção desta latinidade no Brasil, um consumo de brasileiros de camadas médias e altas que escolhem escutar, dançar, usar e apropriar-se dos elementos musicais (mas não apenas estes) da cultura de países da América hispânica, tendo Cuba um lugar privilegiado no grupo que analisamos. Este gosto que representa estilos de vida e pertencimentos aliados a um determinado capital simbólico

4 O entorno de algumas ruas com grande concentração de bares era tomado todos os dias por torcedores de diferentes nacionalidades, fechando o acesso de carros e gerando aos poucos questões que invadiram a imprensa como “problemas de ordem pública”, como assaltos, brigas, assédio sexual, em que a Polícia agiu com intervenções e punições. Estes fatos parecem ter explicitado vários dos paradoxos em que vive o bairro entre moradores e frequentadores, entre interesses públicos e privados, entre questões de interculturalidade, entretenimento e nacionalismos que não poderão ser analisados no espaço deste artigo, mas que merecem nota.

(Bourdieu, 1988) parece ter um valor específico de distinção (ser “alternativo” ou “descolado”) no amplo espectro cultural e social no circuito de entretenimento e da noite paulistana, em particular na Vila Madalena.

De acordo com Garcia-Canclini (2007), o olhar cultural sobre a globalização evidencia um processo redefinidor das especificidades, dos regionalismos, das localidades, apontando para temas como a desterritorialização dos bens simbólicos, das ideias, das pessoas, a proliferação de colagens, hibridações, o nascimento de uma cultura mundial que, ao invés de aniquilar as outras manifestações culturais, interage e se alimenta delas, colocando em pauta os conflitos entre imaginários e negociações culturais. Como já bastante lembrado em outros artigos, (Pereira, 2012 e 2014), as migrações e a presença das mídias têm na atualidade um protagonismo no que tange às negociações de sentido que se dão entre culturas e entre fluxos locais e globais formando criando “esferas públicas de diáspora” (Appadurai, 2004) em que a noção de diferença, alteridade, interculturalidade se impõe para refletirmos sobre os fenômenos culturais globais da contemporaneidade –que supõem a mistura, os paradoxos, as relações, as diferenças em confronto.

Trazendo esta discussão da cultura na era global mais especificamente para a música e para as canções midiáticas, temos que a própria característica destas de se hibridarem e se transformarem foi potencializada e favorecida com os avanços tecnológicos na instrumentação musical e as possibilidades dadas pela *internet* e por redes de compartilhamento de música, tornando possível escutar, criar, gravar, armazenar, samplear sons, ritmos, estilos, vozes diferentes gerando uma escuta do mundo e do Outro não antes vista. Noções como identidades e pertencimentos ligados às canções tem a necessidade de serem relativizados com a profusão de colagens e misturas de gêneros, que migram e se deslocam no tempo e no espaço, ganhando outras e novas apropriações e usos (Pereira, 2012). Dentro do campo musical isso faz parte de um processo mais amplo e complexo da atualidade, no qual ocorre na música midiática um renovado gosto pelo exótico e diferente, visto como autêntico e com valor ou capital simbólico importante num jogo em que o mundo da cultura assume papel preponderante numa lógica econômica de estratégia das indústrias fonográficas e outras na busca pela segmentação do mercado e adequação aos diferentes grupos de consumo, algo que está inserido na própria lógica do Capitalismo global e flexível da Modernidade tardia.

Articulado a isso, temos também as questões que envolvem o debate sobre o Multiculturalismo ligado a certas noções de pós-moderno que aludem à bricolagem e a multiplicidade de influências no campo estético, e a uma celebração da diferença e da fragmentação contra as grandes narrativas modernas. Entretanto, concordando com Bhabha (2001), temos consciência que a mera louvação da diferença pela diferença pode trazer o exercício de novas formas de colonialismo (que se mantem e se reproduz pela ética liberal do multiculturalismo) numa retórica celebratória de um pluralismo indiferenciado e indiferente que neutraliza e ignora os conflitos e tensões na simulação de equivalências culturais, retirando o direito de significar e se autorepresentar.

Sabemos que na construção do outro, envolvida neste processo de trocas culturais, está presente também a edificação e propagação de imaginários que muitas vezes encobrem dominações, preconceitos, e constroem estereótipos que acabam por enquadrar a diferença de acordo com o olhar preconcebido por um referencial externo e unívoco que representa relações assimétricas ou hierárquicas. Edward Said (1990) marcou o pensamento contemporâneo (dando origem à crítica pós-colonial) com uma reflexão que evidencia os mecanismos de dominação e de construção de imagem que são e foram aplicados nos processos de colonização. Ao empregar o termo “orientalismo” para se referir a uma construção discursiva que o Ocidente fez (e faz) sobre o Oriente sob o signo do exotismo e da inferioridade, ele nos abre importantes chaves de compreensão das relações eu/outro e das relações de poder aí existentes em que estão inseridas as experiências da migração, não apenas ocidente/oriente, mas de culturas diversas entre países da América Latina. O exótico está na ordem daquilo que não nos pertence, está de fora, gerando por vezes repulsa, mas também significando atração e sedução. E nesta noção de exotismo, faz-se presente também noções essencialistas de cultura e de música, outorgando valores de pureza e raízes ligadas a este Outro que se quer consumir e/ou conhecer. Como sugere Ochoa (2002, p. 1),

probablemente, el valor de mayor importancia adscrito a la música popular hoy en día, es el de la autenticidad. [...] Una de las dimensiones más fascinantes y complejas de la globalización es la manera como se entrelazan viejos y nuevos modos de habitar el mundo. [...] Encontramos una polifonía de voces y saberes mediados por las nuevas tecnologías y ofrecidas al público [...] Lo interesante del traslado del relato de la autenticidad –históricamente ligado al folklore o a las músicas eruditas– hacia las músicas masivas, es precisamente el modo como interactúan tecnologías, mercados e imaginarios de tal manera que estos géneros musicales nos proveen claves sobre las relaciones de poder entre nuevas subjetividades y estructuras de la industria y el mercado.

Claro que não buscamos aqui corroborar com uma visão de autenticidade em música que vê como perda ou desvalia as fusões e encontros culturais e musicais que ocorrem a todo momento pelas facilidades trazidas pelas tecnologias e pela cultura midiática. Buscamos, sim, reconhecer o que há de contraditório e polissêmico nas expressões musicais presentes em práticas e contextos migrantes e transnacionais.

Noções de exotismo mostram-se inspiradoras para refletirmos um pouco mais sobre a especificidade dos encontros culturais que envolvem o Caribe e outros países latino-americanos com o Brasil. A construção de uma ilha caribenha tropical, o que está presente nas representações gerais das Antilhas, mas que em Cuba se reveste ainda de um imaginário ligado à política nem sempre pelos caminhos planejados por seus protagonistas (por exemplo, um “Che Guevara *pop*” em camisetas e *bottoms*) ou em construções que evidenciam uma latinidade erótica,

parece evidenciar a construção de um exotismo que envolve lutas e negociações presentes em processos interculturais, em ambiguidades que revelam uma dupla tarefa de renegar, mas também por vezes reforçar, acionando pertencimentos que são variáveis, históricos, contingentes, perfazendo o próprio jogo conflituoso das identidades.

Temos percebido ainda uma certa hegemonia da cultura cubana neste grupo maior de migrantes hispanoamericanos em São Paulo, onde a “latinidade” toma uma feição prioritariamente cubana, associada ao que é caribenho, tropical, sensual, dançante. Infelizmente, analisar mais detidamente os caminhos históricos, políticos e socioculturais deste processo –incluindo uma análise da construção de uma “música latina” via indústrias fonográficas sediadas em Miami, tendo os cubanos e a música dançante como ponta de lança, bem como as maneiras mais amplas como Cuba (país caribenho) logrou estar incluído e protagonizar uma ideia de latinidade– não teria lugar no espaço deste artigo, merecendo uma reflexão mais detida e detalhada.

Segundo Leitão (2007), elementos como a moda e outros da cultura midiática são lugares privilegiados de produção e veiculação de sentidos, ideias e valores, por fazerem parte do cotidiano e formularem imagens de culturas diferentes. No caso da música “latina” e cubana no Brasil, temos uma imagem positivada e exotizada, fazendo com que lidemos com questões que envolvem política, culturas que se querem legítimas, mas também consumo e entretenimento, tornando este processo ainda mais complexo, uma vez que estas questões não se separam. O exotismo é uma forma de relação com o outro que confere a este qualidades ou traços positivos, mas que mantém com este outro uma relação de distância, não esquecendo ainda que ele camufla ideias de que este distante exótico é primitivo, hierarquicamente inferior, menos civilizado. Assim, convém perguntarmos e problematizarmos até que ponto o consumo da alteridade leva ao conhecimento do outro a uma interação com este outro, trazendo para o centro do debate a relação inseparável entre a constituição de identidades, consumo, distinção, estereótipos e negociações culturais.

As festas ou eventos “latinos” que temos analisado, o “Cuba vem até você” e o “Vila Latina”, são ambos idealizados e promovidos pela difusora cultural Havana 6463⁵. O “Vila Latina” mostra-se nesta importante questão que aqui nos interessa, a saber, a construção de uma noção de latinidade no Brasil que se refere a um Outro que abrange os países da América hispânica. O evento, ao mesmo tempo em que celebra a diferença, homogeneiza seus traços, tratando elementos culturais tão diversos entre México e Chile, por exemplo, como sendo de uma mesma identidade “latina” (como exemplo, citamos a edição de abril/2014, que

⁵ Esta difusora cultural formada por cubanos e brasileiros tem intuito de divulgar e promover eventos de “imersão na cultura latina”, através de festas, shows, intercâmbios culturais, exposições, divulgação de artistas e venda de CDs e DVDs. No mercado desde junho/2008 estimulando o conhecimento a respeito dos países latino-americanos, principalmente Cuba e outros países caribenhos, foca “as identidades culturais e semelhanças entre as mesmas”. Oferecem ainda pacotes de viagens temáticas para Cuba.

continha venda de artesanato chileno, apresentação de uma cantora peruana ligada à música andina, aula de *rueda de casino* cubano, comida mexicana, entre outros elementos). Esboça-se uma construção que, se por um lado mostra-se como contra-hegemônica a uma certa “americanização” da cultura, por outro lado, aparentemente exaltando e cantando a diversidade, não deixa de enquadrar esta diversidade dentro de estruturas de hierarquia social e padrões de gosto e legitimação cultural, e até em exotizações da música não hegemônica, ajudando ainda a reforçar estereótipos e encobrimento de tensões e diferenças internas, numa complexa negociação de sentidos. Já o “Cuba vem até você” é focado nas diversas expressões da cultura cubana, merecendo ser inclusive um evento à parte e destacado, com apresentações musicais ao vivo, lançamento de livros de autores cubanos, comida, exibição de filmes e vídeos da ilha. Mais ainda, mostra-se uma ideia de promoção dos valores deste país, com venda e promoção de pacotes turísticos ligados à fotografia e à música e dança, numa ideia de um dia de vivência no contexto cubano, bem ao gosto das lógicas do entretenimento contemporâneo, temático e que promove “experiências” sem sair de sua localidade.

Na pesquisa em andamento, temos verificado que o consumo, uso, escuta, dança de ritmos “latinos” dançantes como salsa (principalmente), mas também *zouk* e *bachata*, se inserem num processo complexo de construção de estilos de vida “alternativos”, “não comerciais”, como sugere as falas de alguns de nossos entrevistados, brasileiros que frequentam este circuito de bares, locais de dança, festivais de salsa, DJs e produtores musicais. Estas narrativas nos chamam a atenção por parecerem focar um gosto musical e cultural por músicas não hegemônicas ou que tocam nas rádios e que estão expostas nos meios massivos prioritariamente. Gostar e frequentar esta cena ou circuito “latino” mostra-se como prática associada a sinais de “distinção” (Bourdieu, 1988) na luta incessante por hegemonia e disputas no campo musical/cultural. O gosto por músicas chamadas “alternativas” (claro que isso deve ser considerado aqui no Brasil, pois em Cuba ou na Colômbia, por exemplo, a salsa é hegemônica) se insere na dinâmica do bairro e da região da Vila Madalena, local onde se concentra grande parte deste circuito ou cena, onde produtos culturais exóticos, diferentes, alternativos tem legitimidade no mercado de bens simbólicos. Pensar os movimentos culturais em meio ao mundo global significa assumir que as necessidades inerentes ao campo musical neste momento mostram-se atuantes, materializadas na necessidade por renovação, pelo alternativo, exótico, o diferente.

Debates mais recentes no campo das práticas e consumos culturais têm enfatizado a noção bourdiana de distinção em articulação e até confronto com noções de ecletismos nos gostos musicais (Coulangeon, 2014), preferencialmente em jovens e em países fora da França. Seja em noções de onívoros ou esnobes em termos musicais (Peterson e Kern, 1996), atenta-se para o quanto a lógica cultural global abre espaço para gostos e consumos musicais não apenas do que é considerado clássico e legitimado nos padrões ocidentais, mas a um certo ecletismo e assimilação do novo e da diferença que vai ganhando espaço e relativa legitimação.

Temos assim um consumo, por parte de brasileiros, de uma latinidade construída aqui no Brasil. Uma noção que se mostra inserida neste processo mais geral em que consumo, entretenimento e cultura se entrelaçam na globalização imaginada (Garcia-Canclini, 2007) possuindo especificidades neste caso, ligadas ao fato de o Brasil possuir uma relação ambígua com o restante da América Latina, de reconhecimento e estranhamento, de posições de maior ou menor integração em momentos históricos variados. Surge a noção de que, para muitos que consomem esta “latinidade”, certas apropriações das outridades vão se compondo, de maneiras complexas, conflitivas, negociadas, em que a interculturalidade e seus processos estão presentes.

A experiência do consumo assim mostra-se em suas características de formação de identidades, pertencimentos e formulações de distinção e legitimação de gostos e *status* sociais, em que apreciar a cultura “latina” está aliado com um ser “alternativo” e mostra-se com valor no campo cultural. Como lembra Leitão (2007), consumir é também uma forma de apropriar-se de algo, de objetos, práticas e imaginários, gerando formas de experiência de alteridade, de conhecimento do outro, nas variadas e diferentes formas de apropriação. Por mais que o consumo da diferença pareça resvalar inapelavelmente e taxativamente em práticas de exotização, contribuindo para a reprodução das hierarquias e distanciamento, podemos perceber também que nestas práticas que unem conflituosamente consumo, cultura, entretenimento, identidade cultural, formas de representação e autorepresentação há excessos de sentido que vazam, que escapam às lógicas únicas e duais, mostrando-se como um campo em que há negociações, resistências, seduções, apropriações num processo de dupla mão em que ambos os grupos podem configurar práticas e imaginários nas lógicas da interculturalidade (Garcia-Canclini, 2007).

Mesmo tendo consciência deste processo mercadológico e ideológico deste consumo da alteridade, não esquecemos o fato de que as escutas e os consumos musicais estejam também apontando para a formação de identidades múltiplas, maneiras de apropriação não necessariamente disciplinadas, mas formas de usar e consumir as culturas, nas sensibilidades dos modos de escutar o mundo, em meio aos frutos da diáspora global da cultura, gerando gostos musicais, escutas e pertencimentos que fogem ao esquemático padrão das legitimidades do campo cultural/musical. Um consumo cultural musical que pode ter um sentido político, agregador, articulando novas identidades, novos pertencimentos e novas redes simbólicas, formulando “esferas públicas de diáspora” (Appadurai, 2004), onde latino-americanos hispânicos e lusófonos podem negociar sentidos.

A escuta e o consumo de objetos culturais midiáticos “latinos” parece possibilitar o conhecimento do distante, do diferente, o que não está isento de conflitos, preconceitos, ideologias, mas que, de alguma forma, colabora neste processo de jogo e confronto de imaginários a que a globalização nos desafia. Num mundo que parece dominado por repertórios culturais e imaginários coletivos globais que ainda conservam e arrastam vestígios locais, intensificando a complexida-

de e as contradições entre próprio/estrangeiro, as estratégias de visibilidade/audibilidade entre grupos migrantes que protagonizam esta cena ou circuito “latino” em São Paulo ocorrem numa complexa dinâmica em que está presente o entretenimento e o consumo, os quais surgem como elementos aglutinadores de anseios, afetos, reivindicações de identidade, pertença e cidadania na esfera pública intercultural e diaspórica. E isso se dá por lógicas às vezes dispersas, não hegemônicas, mas em táticas que entrelaçam resistência ao poder hegemônico, seduções, incorporações, cumplicidades e até reprodução dos discursos, práticas e imaginários que os essencializam e estereotipam. Mostra-se, assim, um misto de lógicas contraditórias próprias aos processos de mediações sociais, culturais e comunicacionais (Martín-Barbero, 2004).

Referências bibliográficas

- Appadurai, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Cogo, D. (2012). Cidadania comunicativa das migrações transnacionais: usos de mídias e mobilização social de latino-americanos. En D. Cogo et al. (eds.). *Diásporas, migraciones, tecnologías de la comunicación e identidades transnacionales*. (pp. 43-65). Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Coulangeon, P. (2014). *Sociologia das práticas culturais*. São Paulo: SESC.
- Garcia-Canclini, N. (2007). *A globalização imaginada*. São Paulo: Ed. Iluminuras.
- Garcia-Canclini, N. (2004). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: ED. UFRJ.
- Hannerz, U. (1997). Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da Antropologia transnacional. *Mana*. 3 (1). 7-39. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v3n1/2454.pdf> Acesso em jul. 2013.
- Herschmann, M. (2013). Cenas, circuitos e territorialidades sônio-musicais. En J. Janotti e S.P. de Sá (eds). *Cenas musicais*. (pp. 41-56). Guararema/SP: Ed. Anadarco.
- Herschmann, M. (2007). *Lapa, cidade da música: desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Leitão, D.K. (2007). Nós, os outros: construção do exótico e o consumo de moda brasileira na França”. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, 13 (28). 203-230.
- Martin-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola.
- Ochoa, A.M. (2002). El desplazamiento de los discursos de autenticidad: Una mirada desde la música. *TRANS- Revista Transcultural de Musica*. 6. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82200608> Acesso em dez. 2014.
- Pereira, S. L. (2014). Uma certa escuta da cidade – práticas musicais entre cubanos em São Paulo. *Logos 41 Cidades, Culturas e Tecnologias Digitais*. 2 (24).

- Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14151/10723> Acesso em dez. 2014.
- Pereira, S. L. (2012). Sobre a possibilidade de escutar o outro: voz, *world music*, interculturalidade. *Revista E-Compós*. 2 (15). Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/791/589>. Acesso em mar. 2014.
- Peterson, R. & Kern, R. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*. 61 (5). 900-907. Disponível em <http://www-personal.umich.edu/~lundyj/New%20College%20Class/Readings/Peterson%20and%20Kern_From%20Snob%20to%20Omnivore.pdf> Acesso em dez.2014.
- Pinheiro Dantas, V. (2008). *Vila Madalena: imagens e representações de um bairro paulistano*. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo. Recuperado de http://portal.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes_mestrado/vanessa_pinheiro.zip.
- Sá, S. P. (2013). As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual. En J. Janotti & S. P. de Sá (eds). *Cenas musicais*. (pp. 25-40). Guararema/SP: Ed. Anadarco.
- Said, E. (1990). *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Cia das Letras.
- Trotta, F. (2013). Cenas musicais e anglofonia: sobre os limites da noção de cena no contexto brasileiro. En J. Janotti e S. P. de Sá (eds). *Cenas musicais*. (pp. 57-70). Guararema/SP: Ed. Anadarco.

Información de la autora

Simone Luci PEREIRA

simonelp@uol.com.br

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista. Possui Mestrado em História, Doutorado em Ciências Sociais, Pós-Doutorado em Música. Atualmente realiza pesquisa de Pós-Doutorado no Programa de Investigación en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud da Red CLACSO de Posgrados.