

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH)
Escola de Comunicação (ECO)

WYLLIAN EDUARDO DE SOUZA CORREA

**Produção, Comunicação e Consumo Musical no Brasil
no início do século XXI.**

**O estudo de caso dos festivais de música
independente realizados no país e vinculados à
Abrafin.**

Rio de Janeiro
Fevereiro 2012

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH)
Escola de Comunicação (ECO)

**Produção, Comunicação e Consumo Musical no Brasil
no início do século XXI.**

**O estudo de caso dos festivais de música
independente realizados no país e vinculados à
Abrafin.**

WYLLIAN EDUARDO DE SOUZA CORREA

Dissertação de mestrado apresentada
ao Programa de Pós-graduação em
Comunicação e Cultura da Escola de
Comunicação da UFRJ, como parte
dos requisitos para a obtenção do título
de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Micael Maiolino
Herschmann

Rio de Janeiro
Fevereiro de 2012

Ficha Catalográfica

Correa, Wyllian Eduardo de Souza

Produção, comunicação e consumo musical no Brasil no início do século XXI. O estudo de caso dos festivais de música independente realizados no país e vinculados à Abrafin.

/ Wyllian Eduardo de Souza Correa. -- Rio de Janeiro: UFRJ / Escola de Comunicação, 2012.

xi, 110 f. : il. ; 31 cm.

Orientador: Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann

Dissertação (mestrado) – UFRJ / Escola de Comunicação/ ECO, 2012.

1. Festivais independentes. 2. Música. 3. Consumo cultural. 4. Brasil. I. Herschmann, Micael Maiolino. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. III. Título.

Produção, Comunicação e Consumo Musical no Brasil no início do século XXI.

O estudo de caso dos festivais de música independente realizados no país e vinculados à Abrafin.

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Rio de Janeiro, 15 de fevereiro de 2011

Banca Examinadora

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann – Orientador
Doutor em Comunicação, ECO-UFRJ

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky
Doutor em Comunicação, UERJ

Profª. Dra. Simone Pereira de Sá
Doutora em Comunicação, UFF

AGRADECIMENTOS

Ao professor Micael Herschmann pelas orientações, conselhos e, sobretudo, pela paciência na colaboração para o desenvolvimento deste trabalho

Aos professores Marcelo Kischinhevsky, Simone Pereira de Sá, Eduardo Coutinho e Leonardo de Marchi pela participação nas avaliações (qualificação e banca) e por suas sugestões fundamentais para esta dissertação.

Aos professores da Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ que enriqueceram esta caminhada.

Ao CNPq pela bolsa concedida.

À Abrafin e ao Circuito Fora do Eixo pelas informações.

A Leo Hazuk, Gabriel Ruiz, Marcelo Domingues, Ynaiã Benthroldo, Robson Timóteo, Juliana Turano, Talles Lopes, Pablo Capilé, Fabrício Nobre, tFabrício Ofuji e Paulo Noronha seja por entrevistas, indicações ou esclarecimentos.

A todos que colaboraram com esta pesquisa, principalmente quando interpelados por um sujeito estranho com um gravador, enquanto esperavam o próximo show.

Aos meus colegas e amigos da Faculdade Campo Real e Unicentro, pela compreensão, ajuda e risadas.

A minha família, pelo carinho, saudade e confusão.

À família do Rio Álvares, minha segunda família, suporte em vários momentos deste trajeto.

Aos meus amigos, tanto em terras paranaenses, cariocas ou por onde mais se perderam. (Não consigo pensar em nada para alfinetar vocês neste momento).

À Andrea do Rio Álvares, sem o seu amor e companheirismo, nada disso estaria aqui escrito. Tanto é, que nem sei como expressar o que isso significou.

*Then you better start swimmin'
Or you'll sink like a stone
For the times they are a-changin'.*

The Times They Are A-Changin', Bob Dylan

RESUMO

CORREA, Wyllian Eduardo de Souza. **Produção, comunicação e consumo musical no Brasil no início do século XXI. O estudo de caso dos festivais de música independente realizados no país e vinculados à Abrafin.** Rio de Janeiro, 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

O presente trabalho analisa o crescimento dos festivais de música independente no Brasil, observando como articulam produção e consumo cultural, tendo como pano de fundo a crise/reestruturação da indústria cultural da música e as alterações no tecido social na contemporaneidade. O enfoque se dá nos eventos filiados à Associação Brasileira de Festivais Independente, Abrafin. O aporte metodológico central é feito através de pesquisa de campo e revisão bibliográfica, com especial atenção ao diálogo entre Estudos Culturais e Economia Política da Comunicação. Quanto às hipóteses que foram analisadas destaca-se: a valorização dos espetáculos de música ao vivo, como espaços para o consumo cultural e da consolidação de sociabilidades, o que legitima a importância dos festivais dentro do atual contexto. Através da Abrafin, os festivais de música *indie* são organizados em rede e de forma colaborativa, tornando-se os principais vetores de estímulos da cadeia produtiva da música independente brasileira.

Palavras-chave: Festivais independentes; Música; Consumo cultural; Comunicação

ABSTRACT

CORREA, Wyllian Eduardo de Souza. **Production, communication and musical consumption in Brazil in the XXI century. The case study of independent music festivals held in the country and linked to ABRAFIN.** Rio de Janeiro, 2012. Dissertation (Master's Degree in Communications and Culture) – Communication College, Federal University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

This research analyzes the growth of independent music festivals in Brazil, noting how articulate cultural production and consumption, with the backdrop of the crisis / restructuring of the music industry and cultural changes in contemporary societies. The focus is on events affiliated with the Brazilian Association of Independent Festivals, ABRAFIN. The central methodological contribution is done through field research and literature review, with special attention to the dialogue between Cultural Studies and Political Economy of Communication. How many chances are worked appreciation of live music shows, as spaces for cultural consumption and the consolidation of sociability, which legitimizes the importance of festivals in the current context. Through ABRAFIN, indie music festivals are organized in networks and collaborative way, becoming the main vectors of stimuli independent music production chain in Brazil.

Keywords: Independent Festivals, Music, Cultural Consumption, Communication

Lista de tabelas

Tabela 1: Continuidades e rupturas na indústria da música.....	35
Tabela 2: Diretoria da Abrafin de acordo com cada gestão	85
Tabela 3: Festivais realizados pela Abrafin em 2011	105
Tabela 4: Origem dos artistas que se apresentaram nos festivais da Abrafin (2011)	108
Tabela 5: Calendário Abrafin 2012	135

Lista de ilustrações

Figura 1: Pontos Fora do Eixo (2011)	101
Figura 2: Festivais realizados pela Abrafin em 2011 (exceto Grito Rock)	107
Figura 3: VI Simpósio de Música Independente	112
Figura 4: Oficina de audiovisual	113
Figura 5 - Público do Demo Sul durante apresentação de Tom Zé no palco principal	114
Figura 6 - UnConvention Factory Goiânia	117
Figura 7: Público do Goiânia Noise durante apresentação da Música Diabo.	118
Figura 8: Edições do Grito em 2011	121
Figura 9 - Grito Rock ABC.....	123
Figura 10: Festivais programados pela Abrafin para 2012 (exceto Grito Rock e Festival Fora do Eixo)	137

GLOSSÁRIO

ABMI: Associação Brasileira de Músicos Independentes.

ABPD: Associação Brasileira de Produtores de discos.

ABRAFIN: Associação Brasileira de Festivais Independentes.

ADIMI: Associação para o Desenvolvimento da Indústria da Música na Ibero-América.

Casas Associadas: Associação Brasileira das Casas de Show Independentes.

Circuito Fora do Eixo: rede de coletivos e produtores culturais de abrangência nacional.

Coletivo: Agrupamento de artistas ou produtores envolvidos com um ou vários setores da cultura.

ECAD: Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, órgão brasileiro sobre direito autoral.

IFPI: Federação Internacional da Indústria Fonográfica.

Indies: Gravadoras pequenas, independentes ou selos fonográficos.

Majors: Grandes companhias transnacionais do disco.

Toque no Brasil: O Toque no Brasil é uma rede de oportunidades que visa dinamizar e fortalecer o laço entre os elos da cadeia de valor da música, facilitando o encontro entre quem faz música e quem contrata músicos e bandas, ou seja, servindo também como ferramenta de trabalho.

SUMÁRIO

Sumário

INTRODUÇÃO	14
1. PANORAMA DA INDÚSTRIA DA MÚSICA	33
1.1 Novas tecnologias, novos consumidores, novos hábitos	38
1.2 Novos intermediários.....	42
1.3 Mediação e sociabilidade jovem.....	44
1.4 A capitalização da experiência	47
2. ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE OS CONCERTOS AO VIVO	52
2.1 O espaço dos festivais	57
2.1.1 A era dos festivais da canção.....	61
2.2 Os festivais de rock	66
2.2.1 Os grandes festivais e seus “conceitos”	66
2.1.2 Os pretensos “alternativos”	70
2.1.3 A primeira leva dos festivais de música independente.....	73
3. O BOOM DOS FESTIVAIS INDEPENDENTES.....	79
3.1 Abrafin	82
3.2 Circuito Fora do Eixo.....	100
3.3 Mapeando os festivais	105
3.3.1 X Festival Demo Sul (2010)	109
3.3.2 XVI Goiânia Noise Festival (2010).....	114
3.3.3 4º <i>Grito Rock ABC</i> (2011)	119
3.4 O ‘racha dos <i>indies</i> ’	123
3.4.1 Artista pedreiro x artista estrela.....	124
3.4.2 Festivais analógicos X Festivais digitais.....	129
3.5 O calendário de festivais em 2012.....	135
4. LIMITES DA INDEPENDÊNCIA E DA AUTONOMIA: INTERSECÇÕES ENTRE POLÍTICA, ECONOMIA E CULTURA.....	139

4.1 Cultura como recurso	140
4.2 Políticas culturais no Brasil	141
4.3 “Se o governo cismar, o <i>indie</i> acaba?”	144
4.4 Polêmicas recentes no Ministério da Cultura	149
4.5 Novas possibilidades de financiamento: <i>Crowdfunding</i>	154
 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 160
 FONTES.....	 164
 ANEXOS	 174

INTRODUÇÃO

Com a popularização de novas tecnologias, é possível atestar, cada vez mais, que vivemos em um contexto de transição nos hábitos de consumo musical, o que acarreta forte impacto nos tradicionais negócios fonográficos e na própria maneira de se fazer e consumir música (Albornoz; Herschmann, 2009; De Marchi 2006; Herschmann, 2010c; 2011; Herschmann; Kischinhevsky, 2006, Negus, 1997).

Se as grandes gravadoras, as *majors*, buscam se integrar ao cenário de mudanças e recuperar seus ganhos, outras iniciativas chamam atenção por se apoiarem na dinâmica do ao vivo e por encararem a situação de crise na indústria da música com um determinado senso de oportunidade, calcados em uma forte ação de todos os envolvidos na cadeia da produção-circulação e consumo cultural.

Nos últimos anos, acompanhamos uma verdadeira explosão entre os ditos festivais de música independente pelo Brasil. Nomes como *Goiânia Noise* (GO) e *Calango* (MT) se tornam cada vez mais reconhecidos e sinônimos de uma produção brasileira que se espalha além do tradicional eixo Rio-SP, em uma nova cartografia do consumo cultural.

Com a indústria fonográfica, não só aqui, como lá fora, enfrentando uma crise de mais de dez anos e procurando novos meios de se reestruturar, é extremamente interessante perceber as diferentes articulações realizadas pelos festivais de música independente e a maneira como atuam na conjuntura apresentada. Isso é feito por meio da mobilização do trabalho em redes sociais, aproveitamento de leis de incentivo à cultura, associativismo, como no caso dos muitos coletivos que vêm tendo destaque, como os do Circuito Fora do Eixo, e, também, pelo trabalho da Associação Brasileira de Festivais Independentes, Abrafin, principal foco deste trabalho.

Tais eventos, ao propiciarem espaços de visibilidade a diferentes propostas artísticas, postas de lado, pelo menos temporariamente, pela insegurança do mercado, funcionam como significativos mediadores ao consumo cultural agora virtualizado, e também se efetivam enquanto lugar para

a construção de subjetividades.

Os eventos *indies* têm obtido números significativos de público e orçamento - trabalhando com projetos de fomento governamentais e parcerias - chamando a atenção dos meios de comunicação em geral, articulando formas diferenciadas de se produzir e consumir música (Herschmann, 2010c).

Boa parte disso se faz aparente através do trabalho da Associação Brasileira de Festivais Independentes. A associação foi criada em 2005, por diversos produtores de festivais pelo país, com o intuito de reunir, organizar e potencializar o circuito de eventos ao vivo de música independente, desde então, em franca ascensão no Brasil, promovendo a troca de *know-how* entre produtores associados, bem como entre grupos, produtoras e coletivos responsáveis pela realização dos festivais.

Os números celebrados pela Abrafin trazem um consolidado recorte dos resultados obtidos por meio de ações cooperativas e engajadas: Até 2010 eram mais de 50 eventos do gênero, em todas as regiões brasileiras, atingindo um público de pelo menos 300 mil pessoas ao ano, fazendo circular mais de 600 bandas entre nacionais e internacionais, movimentando, assim, uma quantia superior a cinco milhões de reais ao ano. Além de gerar pelo menos três mil empregos fixos e temporários, os festivais são os principais vetores de estímulos da cadeia produtiva da música independente brasileira, impulsionando também a abertura do diálogo com os mercados ligados ao setor em nível internacional.

Algumas estatísticas da associação se fazem relevantes, como enfatiza Herschmann (2010b): a) 90% dos festivais são realizados fora das principais capitais brasileiras; b) 60% dos festivais estão no Nordeste e Centro-Oeste; c) estes eventos são realizados de forma dispersa nos quatro trimestres do ano; d) a maioria dos festivais está na sua 6ª edição. Acrescenta-se, também, que a maioria dos 300 mil espectadores dos festivais são jovens (com média de idade entre 16 a 34 anos), das classes A, B e C, com instrução de nível médio a superior.

O autor reforça que haveria até a existência, a certo modo, de um formato efetivo de festivais independentes, financiados com recursos das leis de incentivo à cultura e ocupando locais de médio porte. A estrutura das apresentações se divide em dois palcos que facilitam a troca constante de

atrações, sendo estas 75% independentes, e boa parte da própria região do evento, que também passa por uma exigência de 25% de artistas e bandas do estado onde ele é realizado.

Em certo sentido, pode-se afirmar que alguns coletivos de músicos brasileiros vêm construindo novos circuitos de produção-distribuição e consumo culturais. Neste novo modelo, fomentado e realizado especialmente por jovens artistas e profissionais da música, a produção toda é feita via internet e/ou tecnologias digitais (isto é, da divulgação, distribuição, convite para shows até a organização dos festivais em si). Alguns coletivos, inclusive, chegaram a elaborar uma espécie de moeda própria que permite o escambo de serviços entre os profissionais envolvidos (Herschmann, 2010c, p.272)

Tal estabelecimento de redes colaborativas entre produtores e consumidores-usuários contribui para a visibilidade dos eventos e artistas, assim como gera maior comprometimento entre todos os elos da cadeia (Albornoz; Herschmann, 2009; Amaral, 2007), como exemplificado na fala de Fabrício Nobre, ex-presidente e um dos fundadores da Abrafín:

Tenho dito isso em muitas de minhas falas por aí, e não é uma expressão minha, colei de uma palestra do pessoal do *Un-Convention*, que se num primeiro momento o ideal para música independente, para punk rock, é o *Do it Yourself* (Faça Você Mesmo), hoje esta musica só é possível num outro modelo: o *Do It Together* (Façamos Juntos). Estou cada vez mais convencido disto¹.

Os espaços dos festivais e da internet estão em continua conexão, seja no uso das ferramentas disponíveis, em que diferentes níveis de consumo e visibilidade são acionados, ou em como as comunidades afetivas desenvolvidas no virtual acabam por encontrar uma “concretude” nos relacionamentos sociais instituídos através do consumo cultural (Bennet; Peterson, 2004; Cummings, 2007).

Trabalhar em diálogo com a rede é fundamental para os festivais, que assumem o papel de mediadores diante da incrível expansão da produção de música. Assim aponta Nobre, ao dizer que, “o ‘boom’ do rock na internet ocorre justamente pela falta de espaço no ‘*mainstream*’. As gravadoras estão quase fechando e não há mais rádios de rock. Hoje, a web e os festivais substituíram

¹ Disponível em: < <http://www.beinfestival.com.br/?tag=do-it-together>>. Acesso em: 15 de julho de 2010.

gravadoras e rádios”². Yanaiã Benthroldo, baterista da banda cuiabana Macaco Bong, uma das grandes revelações dos festivais nos últimos anos, reforça que “as bandas realmente estão se conectando cada vez mais e acho que isso se deve a alguns fatores: a internet e a maior circulação dessas bandas por festivais”³.

A maioria dos eventos ainda é essencialmente ligada a uma identidade relacionada ao rock e suas vertentes, mas o crescimento de iniciativas diferenciadas, até mesmo com conteúdos fora da música, vem ganhando destaque.

A exemplo, realizado primeiramente em Brasília (com a alcunha de Festival Senhor entre 2005 e 2007), o festival *El Mapa de Todos* teve sua última edição em Porto Alegre. Com foco na integração de países da América do Sul através da música, promove também debates sobre o posicionamento do artista diante das novas mídias, relacionamento com o público e mudanças no processo criativo, entre outras atividades.

O *Se Rasgum*, já em sua 6ª edição em Belém-PA, propõe acompanhar a diversidade da música contemporânea investindo em nomes que revelam ao Brasil um pop mais abrangente e de estilos expressivos, indo do *dub* ao *carimbó*, do *rock* ao *hip hop*, do *brega* ao *metal* e da *guitarrada* à *surf music*.

Desde 2001, o festival *Calango* trouxe visibilidade à cena de Cuiabá-MT, fazendo uso de conceito de “artes integradas”, linkando música ao audiovisual, literatura, artes plásticas, teatro etc. Há também a implementação de uma moeda complementar, o “*cuvo card*”, um dos mais famosos casos de economia solidária na esfera cultural brasileira.

Estes são somente alguns exemplos, sem falar nos “tradicionais” *Goiânia Noise*, na capital goiana há 17 anos, e *Abril pro Rock*, em Recife-PE, um dos pioneiros independentes do Brasil, desde 1993, e de outros que vem ganhando notoriedade, como o *Casarão*, em Porto Velho-RO, e o *Demo Sul*, em Londrina-PR.

² Entrevista presente na matéria Bandas de rock criam ‘fórmula do sucesso’, disponível em: http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20090708/not_imp399510,0.php. Acesso: 20 de julho de 2010

³ Entrevista presente na matéria de Lauro Lisboa Garcia, Festival da diversidade instrumental, disponível em: http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20090708/not_imp399510,0.php. Acesso: 20 de julho de 2010

Pensando no caráter distintivo presente no consumo cultural (Bourdieu, 2007), assim como na predominância da música como um dos principais elementos identitários para os jovens, podemos perceber que frequentar os festivais independentes se relaciona a uma série de escolhas que ultrapassam tanto o âmbito do consumo musical, quanto do cultural, englobando práticas cotidianas e políticas (Kruse, 1993; Hesmondhalgh, 1999).

Dessa forma, é importante situarmos alguns significados que são atribuídos ao rótulo de independente, por esse peso diferencial nas formações sociais, não somente relacionado ao aspecto de financiamento do evento.

É sempre um problema teórico tratar do termo que classifica um estilo ou produção musical. A todo o momento deveríamos indicar uma dupla escrita, principalmente ao tratarmos determinado tipo como alternativo ou independente (*indie*, resumindo a partir da palavra em inglês). Já de início, podemos questionar o que lhe garantiria esse status: é uma alternativa a que? Independe de quem? Enfim, questões mal resolvidas ou contraditórias que, por outro lado, funcionam de maneira perfeita para os grupos com os quais se identificam.

Pelo aspecto da produção, mesmo que as pequenas gravadoras existissem desde o final do século XIX, foi só tempos depois, justamente pela oposição às grandes companhias fonográficas, que ganharam relevância, tendo efeito de diferenciação na música. (De Marchi, 2006, Negus, 1997).

Particularmente no auge do movimento contracultural, quando a música popular ganhou *status* de instrumento político, consolidou-se um discurso no qual as grandes gravadoras eram entendidas como burocracias inflexíveis, que levariam ao embotamento da criatividade artística caso esta ameaçasse seus objetivos comerciais. Assim, a produção independente foi interpretada como sua oposição. Desconsiderando a diversidade dos empreendimentos, um monolítico “independente” foi definido como uma forma de produção cuja racionalidade era distinta da industrial, significando que os imperativos mercadológicos estariam, senão desconsiderados, submetidos aos anseios estéticos dos artistas (De Marchi, 2006, p.121).

Há uma ligação com a pureza da produção independente. Ao não estar ligado a uma grande gravadora, as *majors*, o músico poderia realizar a sua arte com autonomia, sem o imenso aparato da indústria cultural massiva sobrepondo a sua estética autoral (Frith, 1982, Negus 1997). A partir disso,

temos como primordial oposição, que é claro, não é exclusiva do estilo, entre o *mainstream* e o *underground*, tendo neste um caráter de resistência (De Marchi, 2006; Vaz, 1988).

Como observa Hesmondhalgh (1999), os ativistas punks adotaram a ideia da independência e a politizaram de uma forma ainda mais rigorosa, sob o lema do “*Do it yourself*”, fundamental para a construção da dinâmica da produção independente no final dos anos 1970 em diante.

Nessa circunstância, podemos observar que existiria uma motivação política para a diferenciação, baseada justamente em negativas. Há um não atender a produção massiva de música, não fazer parte da indústria, não ser comercial. Pensando assim, existiria um pólo de liberdade artística, independente, e outro que estaria esteticamente comprometido com a sua comercialização (Hesmondhalgh, 1999). Um juízo de valor que participa não somente de um alto ou baixo, mas de um válido e outro não.

Décadas atrás, a imagem do produtor independente era o estereótipo do artista autônomo que, contrário às práticas comerciais das grandes gravadoras “estrangeiras”, ficara marginalizado do mercado massivo. (De Marchi, 2006, p.121)

Apesar de, como entendemos, tal ideologia que se sustenta na desvinculação do mercado estar equivocada, seja por sua apropriação no consumo ou pelas próprias tendências na produção independente, ele ainda se faz presente. Mesmo sendo complicadamente conceituada, a categoria de independente é continuamente utilizada, em uma separação que parece extremamente definida, apesar de todas as nuances que existem na cultura, seja ao se ater a dialogismos, como situar um gênero de alienado, ou dos ataques a determinados artistas que “se venderam”, enquanto outros “continuam firmes”. Estar no independente é como se estivesse em um campo propriamente de luta, perseverança e resistência.

Nossas observações empíricas sobre os usos da música na composição dos estilos juvenis confirmam as conclusões de Hebdige (...): a de que a apropriação dos consumidores de música, para ser ativa, necessita da tensão entre criatividade e comércio, autenticidade e artificialidade, comunidade e massificação (Ronsini; Silva, 2008, p. 65).

Para Hibbett, há um paralelo entre “*indie* rock e as belas artes, em que ambos dependeriam de certo desconhecimento para sua valorização, e exigiriam conhecimento especializado para serem totalmente apreciados⁴” (Hibbett, 2005, p.56).

Ao contrário do que se propõe, é justamente no mercado que o alternativo é assimilado e negociado. Kruse (1993) chega até mesmo a afirmar que o “alternativo” é uma imposição da própria indústria. Ainda mais polêmico, Hibbett enfatiza “a categoria musical ‘*indie rock*’ não apenas como um gênero estético, mas como um método de diferenciação social, bem como uma ferramenta de *marketing*”⁵ (Hibbett, 2005, p.58).

Sendo assim, obviamente, a segmentação não passa à margem do mercado, mas sim dentro dessa dinâmica, valorizando a sensação de singularidade, de distinção, acrescentada, no nosso caso, a um posicionamento de *underground*, *outsider*, que por fim, tem sua prateleira, mesmo que agora virtualizada nas mais diversas *tags* na Internet.

Uma citação da jornalista Flávia Reis, em texto intitulado “A música independente na contramão da indústria”, já nos dá um bom indicativo na alteração que acontece.

Os artistas do cenário independente deixaram, há pouco tempo, a condição de marginais e alguns até conseguiram alcançar o sucesso comercial. Hoje, a música independente se reinventa mais uma vez, e com as novas tecnologias passa por um processo de adaptação no mercado mundial⁶.

A frase final é fundamental. Se antes a inovação era parte de uma estratégia de consolidação de um espaço próprio de contestação, hoje passa a ser uma necessidade de adaptação ao mercado mundial. A postura de luta contra as corporações culturais dá lugar ao “empreendedorismo que é, longe de excluído do sistema, absolutamente harmônico à nova ordem da indústria fonográfica” (De Marchi, 2006, p.121).

Ao contrário de décadas atrás, com o forte cunho político acionado pela

⁴ No original: “*Indie* rock and high art, both of which depend upon a lack of popularity for their value, and require specialized knowledge to be fully appreciated” (Hibbett, 2005, p.56).

⁵ No original: “The music category ‘*indie rock*’ not just as an aesthetic genre, but as a method of social differentiation as well as a *marketing* too” (Hibbett, 2005, p.58).

⁶ Disponível em: <www.facthus.edu.br/cult.qps/Ref/QUIS-7HH45T> Acesso em: 9 de agosto de 2010.

imagem do produtor independente, como artista autônomo fazendo frente às corporações multinacionais (Negus, 1997), tem-se agora uma perspectiva empreendedora, assumindo a função de agentes inovadores em cooperação com outras empresas, inclusive as *majors* (De Marchi, 2006; Frith, 1982). Esse posicionamento está presente na formação e no discurso apresentado pela Associação Brasileira de Festivais Independentes, Abrafin, ao incentivar a consolidação de cadeias produtivas.

Todavia, esses novos independentes são bastante distintos de seus antecessores setentistas. Em primeiro lugar, afastam-se da imagem do músico autônomo que produzia seu próprio disco ao se definirem como *empresas*, que conciliam as expectativas comerciais com suas diretrizes estéticas. Diferentemente daqueles, que se organizavam para viabilizar uma determinada obra musical, na esperança de que a mera gravação do material os destacasse no mercado, os diretores artísticos, e mesmo sócios, das novas gravadoras e selos entendem-nas como empreendimentos e que devem cuidar para que seus *produtos* alcancem o mercado em condições competitivas com os de outras empresas, isto é, as grandes gravadoras. Dessa forma, os independentes dos anos 1990 se tornaram mais músicos administradores do que autônomos (De Marchi, 2006, p.123).

Justifica-se que o caráter de contestação permanece, mas as formas de ação se modificariam, não negando mais o sistema, mas buscando a “democratização da produção de música” (De Marchi, 2006), apontada por Frith como a grande questão para a ação dos independentes.

O problema não é a música enquanto produto, mas enquanto produto oligopolista. O mundo musical ideal seria aquele em que as necessidades de músicos e de consumidores fossem satisfeitas através da pura expressão da oferta-e-demanda, pela mão invisível da perfeita competição. A criatividade não é ameaçada pela procura do lucro, mas pela procura do grande lucro, pela concentração nas mãos de poucos dos meios de expressão musical. O problema não é arte versus comércio, mas grandes negócios versus os pequenos; e os heróis desta versão da história não são os músicos, mas os empreendedores⁷. (Frith, 1982, p. 90).

Diante da crise/reestruturação do mercado de música, o independente torna-se, então, a vedete de flexibilidade na produção. Baixos custos,

⁷ **No original:** “It is no longer music as commodity that matters, but music as oligopolistic commodity. The ideal music world is one in which musicians and consumers needs are met through the pure expression of supply and demand, by the hidden hand of the perfect competition. Creativity is sapped not by profit seeking, but by big profit seeking, by the concentration into too few hands of the means of musical expression. The problem is not art versus commerce but by big business versus small business; and the heroes of this version of musical history are not the musicians but the entrepreneurs. (Frith, 1982, p. 90).

dinamismo, associativismo e engajamento compõem a cadeia produtiva envolvida na construção dos festivais independentes.

Diante disso, o presente trabalho buscou analisar a consolidação dos festivais independentes, isto é, como articulam produção e consumo cultural, tendo como pano de fundo a crise/reestruturação da indústria cultural da música e as alterações no tecido social na contemporaneidade, tomando tais perspectivas como dialeticamente relacionadas.

Tendo em vista este objetivo, pesquisou-se a organização de associações e coletivos de música independente, buscando compreender de que maneira suas ações podem gerar possibilidades diferenciadas para a economia da música, isto é, entender como os atores lidam com: a crise nos formatos de distribuição, uso das redes sociais, troca de arquivos na internet, pirataria, direitos autorais, e nas articulações e tensões com os conglomerados de comunicação e entretenimento.

Outro objetivo é observar como os festivais independentes se desenvolvem com o auxílio de políticas governamentais de cultura, suas relações com as ditas *majors*, e sua capacidade de sustentabilidade econômica, bem como a visão desse trabalho pelos envolvidos em todos os níveis.

Uma das preocupações é evidenciar se existem condições de visibilidade a grupos iniciantes, uma proposta de diversificação e continuidade para produção musical e de iniciativas que extrapolem fronteiras unicamente artísticas.

As ainda escassas pesquisas envolvendo festivais *indies* (Connell; Gibson, 2003; Cummings, 2006; Shuker, 1997) indicam caminho semelhante, corroborando para a relevância em entender todos os níveis envolvidos em sua consolidação. Assim, podemos aplicar, por exemplo, políticas culturais efetivas, que realmente atendam pontos estratégicos para o desenvolvimento regional e cultural, e não conceitos gerais e arcaicos que acabam por neutralizar a inovação em defesa de uma cultura enquanto tradição, ou por puro desconhecimento de alternativas (Cummings, 2007; Gibson, 2001, Larsen; O'reilly, 2006).

Na execução dos festivais, espaços e aparelhagens culturais são re-territorializados, fazendo novas demarcações do trajeto jovem na cidade, o

que, de certa forma, altera a cartografia tradicional de localidades como as interioranas. Quando se busca levar opções na esfera musical e fomentar a produção local, propicia-se uma diversificação cultural significativa para o desenvolvimento das regiões em sentido amplo, assim como as integrando ao cenário cultural nacional.

Antes de tudo, parte-se do pressuposto de que não há apenas um lado da moeda quando se trata de cultura. Projeções feitas no que puramente tange às tendências do mercado de música, em relação ao comportamento dos associados a sua produção/consumo, seriam no mínimo reducionistas, levantando uma série de números desenraizados das práticas envolvidas, quando, justamente, busca-se afastar de um abstracionismo e atender a demandas apresentadas diretamente pela sociedade. Da mesma forma, ao tomarmos a empreitada da pesquisa, não há espaço para se prender a divagações diletantes, concebendo um espaço em que tudo está em seu devido lugar, rejeitando plenamente o que aí está dado: a cultura não é pura, nem nunca foi. Sempre está ligada à sociedade, que hoje é concebida como capitalista pós-industrial, com cultura e economia extremamente hibridizadas (Du Gay, 1997b) e com alternâncias no regime de produção capitalista (Cocco, 2000; Harvey, 1993).

Cabe desenvolvermos um arsenal crítico que corresponda dialeticamente à articulação entre o simbólico e o econômico, interdependentes e sobredeterminados, tendo em vista a conjuntura apresentada, em que as práticas sociais se encontram em transformação, mais fluídas e dinâmicas, fato observável também na flexibilização do capitalismo tardio.

Apesar de não visto enquanto exatamente enquanto tal, a música é uma forma de comunicação das mais antigas. Para Jacques Attali, a “música é mais do que um objeto de estudo: é um modo de perceber o mundo. Uma ferramenta de compreensão” (1985, p. 4)⁸. O princípio é que a ordem musical simula a ordem social, operando como reflexo e profecia da sociedade.

Música, um prazer imaterial que virou commodity, agora anuncia uma sociedade do signo, do imaterial à venda, da relação social unificada em dinheiro. Ela anuncia, pois é profética. Sempre foi em sua

⁸ No original: “Music is more than an object of study: it is a way of perceiving the world. A tool of understanding” (Attali, 1985, p.4)

essência um arauto dos tempos vindouros⁹ (Attali, 1985, p.4).

Yúdice apresenta a noção de que “o consumo de música hoje, portanto, não pode ser discutido sem que se examine cada aspecto da cadeia de produção e as relações de poder, as quais são fundamentais no contexto em que operam” (Yúdice, 2011, p. 45)

Diante disso, metodologicamente, nos parece mais produtivo buscar o trabalho sob uma agenda ampla de pesquisa, pretendendo um nível de articulação entre Estudos Culturais e Economia Política da Comunicação, para, assim dar conta da complexidade da produção cultural (Negus, 2005).

Apesar das mútuas pontuações críticas entre as correntes, encontrar pontos de concordância tornaria possível produzir análises mais detalhadas, densas. De todo modo, seria um exercício de resgate teórico de uma preocupação já anteriormente apresentada (Williams, 1980, 1983; Thompson, 1984; Hall, 2006), como é o caminho proposto por Herschmann (2010c).

Estudar a indústria da música implica a construção de uma pesquisa e análise que aproxime ao menos três campos: da economia, da comunicação e da cultura. Hoje em dia a sociedade admite de forma mais tranquila que esses campos não estejam caracterizados apenas por tensões, mas também por articulações de grande relevância no cotidiano (Herschmann, 2010c, p.19).

Kellner (1997), recuperando as discussões de Hall (2004) em Codificar/Decodificar, nos relewa que este é um diálogo que só tende a enriquecer o trabalho, recuperando o potencial crítico dos estudos culturais.

Eu acredito que nos últimos anos os Estudos Culturais tem superestimado a recepção e análise textual, enquanto subestimado a produção da cultura e sua economia política. Enquanto anteriormente, os grupos de Birmingham davam atenção para as instituições midiáticas e suas as práticas, e as relações entre as formas de mídia e as formações sociais e ideológicas, essa ênfase tem diminuído nos últimos anos, em detrimento de muitos trabalhos em estudos culturais, eu diria. Por exemplo, em seu artigo programático clássico, Codificar/Decodificar, Stuart Hall começa sua análise usando Grundrisse de Marx como um modelo para traçar as articulações de “um circuito contínuo”, englobando “produção-distribuição-produção”. Ele concretiza este modelo com foco na forma como as instituições de mídia produzem mensagens, como eles

⁹ No original: Music, an immaterial pleasure turned commodity, now heralds a society of the sign, of the immaterial up for sale, of the social relation unified in money. It heralds, for it is prophetic. It has always been in its essence a herald of times to come. (Attali, 1985, p.4)

circulam, e como o público usa ou decodifica as mensagens para produzir significado¹⁰ (Kellner, p.17, 1997).

Kellner enfatiza a importância em associar a competência de análise dos estudos em economia política dos sistemas de produção e distribuição e suas articulações e tensões com o poder e o capital, com a capacidade dos estudos culturais em analisar os processos culturais, de recepção e de construção de sentido na audiência. A autor, imagina a construção de uma agenda transdisciplinar, multiperspectiva, que dê conta tanto da produção da cultura, quanto da sua recepção/consumo:

Evitar tal desenvolvimento conservador dos estudos culturais, a meu ver, requer uma abordagem em multiperspectiva que presta atenção para a produção da cultura, para os próprios textos, e sua recepção pelo público. Isto requer uma variedade de perspectivas disciplinares e críticas e que liga os estudos culturais, em última instância, à teoria social e política. (...) Para superar a separação do campo e a unilateralidade de abordagens parciais, eu sugeriria, portanto, como uma metateoria para superar a crise da disciplinaridade, uma abordagem que inclui a multiperspectiva nos estudos de mídia, comunicação e cultura, as três dimensões da: 1) produção e economia política da cultura, 2) da análise textual e crítica, e 3) do estudo de recepção do público e os usos das mídias/textos culturais (Kellner, 1997, p.17).

Herschmann (2010c) reforça tal perspectiva para os estudos da indústria da música, através do postulado de Negus de que não só "(...) a indústria produz cultura, mas que também (...) a cultura produz uma indústria" (Negus, 2005, p. 33).

Acreditamos que extraindo aquilo que a economia política da comunicação e os estudos culturais podem oferecer de melhor, isto é, empregando-se uma perspectiva transdisciplinar (e procedimentos metodológicos adequados que permitam articular este estudos), talvez seja possível decifrar melhor este axioma desafiador proposto pelo autor e tão revelador da dinâmica econômica-comunicacional-cultural do mundo atual (Herschmann, Kischinhevsky, 2006, p.4).

¹⁰ No original: I thus believe that in recent years cultural studies has overemphasized reception and textual analysis, while underemphasizing the production of culture and its political economy. While earlier, the Birmingham groups regularly focused attention on media institutions and practices, and the relations between media forms and broader social forms and ideologies, this emphasis has waned in recent years, to the detriment of much current work in cultural studies, I would argue. For instance, in his classical programmatic article, Encoding/decoding," Stuart Hall began his analysis by using Marx's Grundrisse as a model to trace the articulations of "a continuous circuit," encompassing "production - distribution - production". He concretizes this model with focus on how media institutions produce messages, how they circulate, and how audiences use or decode the messages to produce meaning (Kellner, p.17, 1997).

Nesse sentido, consideramos a construção de uma agenda transdisciplinar, na concepção apresentada por Kellner (2001), para abranger tanto a produção e circulação da cultura, incluindo as relações de poder instituídas nisso, quanto a sua recepção/consumo. Analisamos, então, a estruturação dos festivais independentes tomando ambos os pontos como necessariamente articulados, constituintes na importância estratégica atribuída à cultura atualmente (Yúdice, 2004; Canclini, 1995; Hall, 1997).

O trajeto percorrido pela pesquisa que alicerça esta dissertação foi o seguinte: levantamento bibliográfico de dados e demais informações consonantes ao objeto; observação participante nos festivais; aplicação de entrevistas/questionários com público, músicos e produtores; e por fim, escrita do trabalho conclusivo.

Antes de apontar as referências que norteiam este trabalho, cabe ponderar que vários conceitos empregados estão desgastados. (Herschmann, 2010c, Bustamante, 2003)

Porém, na ausência de um quadro conceitual de análise mais adequado, e por tais noções ainda serem importantes para os atores (tais como indústria cultural, *mainstream*, independente, gravadoras, etc.), mantivemos a sua utilização, com as devidas marcações durante as análises.

A revisão bibliográfica concentra-se em teóricos relevantes na discussão sobre a cultura na contemporaneidade, ligados ou não a tradição dos Estudos Culturais (Bustamante, 2002, 2003; Canclini, 1995; Du Gay, 1997a; Hall, 1997, 2005, 2006; Harvey, 1993, Kellner, 1997, 2001; Lazzarato, 2003; Maffesoli, 1987, 2008; Martín-Barbero, 1984; McCracken, 2003; Williams, 1983; Yúdice, 2004)

As reflexões sobre a indústria da música a nível mundial e nacional balizam nosso encaminhamento teórico, situando nosso objeto no contexto maior da produção e consumo musical na atualidade, assim como seguindo a perspectiva articulada defendida pela pesquisa. (Albornoz; Herschmann, 2009; Bennet; Peterson, 2004; ; Cummings, 2007; De Marchi 2006, 2011; Frith, 1982, 2006; Herschmann, 2005, 2007, 2010; Herschmann; Kischinhevsky, 2005, Kusek; Lenhoard, 2005; Negus, 1997, 2005; Sá, 2006)

A música, central na cultura jovem (Dayrell, 2005), por mais que tenha suas atribuições massivas e que busque constantemente enclausurar a sua produção/disseminação em fronteiras/gêneros definidos, é cultura, e por isso mesmo, está em constante processo de transformação. Sendo esta entendida com recurso de fundamental importância (Yúdice, 2004), o empenho em preservá-la e o desenvolvimento de um terreno que garanta a sua diversificação passa a ser interesse fundamental, assim como repensar a maneira como o conceito e a situação das indústrias culturais estão agora posicionados (Bustamante, 2002). Por consequência, devemos observar, também, os caminhos da indústria da música e seus relacionados como laboratório da nova economia (Herschmann, 2010a).

Da mesma forma, o debate constituído em torno do conceito de subculturas (Hebdige, 1979; Hall, Jefferson, 1976), que percebe as práticas sociais jovens agrupadas em torno do consumo cultural, se faz presente para entendermos tanto a recepção das produções independentes, como também a própria produção, calcada fundamentalmente na mobilização de seu público. Por isso, visitamos os textos produzidos principalmente tendo em vista atualizar sua aplicabilidade no contexto fluído atual (Bennet; 1999, 2005; Cova; Cova, 2001; Cummings, 2007; Hibbett, 2005; Hesmondhalgh, 1999, 2005; Kruse, 1993; Thorton, 1996; Straw, 2006; Weinzierl; Muggleton, 2003).

Os jovens estão em uma posição sensível às transformações contemporâneas. A própria reavaliação teórica dos Estudos Culturais britânicos e das subculturas juvenis, pioneiros em retirar os conceitos sobre cultura jovem de uma aura de delinquência e iniquidade (Fernandes; Freire Filho, 2005), estão em xeque, indicando que o aparato teórico desenvolvido soa agora desatualizado. O conceito de subculturas jovens passa a ser colocado em dúvida, criticado por aqueles que relatam uma ortodoxia em seu uso, incapaz de dar conta da dinâmica contemporânea, incorporando-se à cultura da mídia e do consumo, diluída na profusão e efemeridade de estilos existentes, assim como de possuir um idealismo político, na celebração da resistência e originalidade das subculturas. (Freire Filho, 2005).

Críticos como Bennet; (1999) Hesmondhalgh (2005) e Weinzierl; Muggleton (2003) planejam explorar as perspectivas contemporâneas, na tentativa de encontrar um novo caminho para a análise da cultura jovem, diante

do contexto pós-moderno de alternância de fluxos, do nomadismo e do tribalismo. Propõe-se agora uma análise das pós-subculturas, acionando uma infinidade de ambíguos termos substitutivos: neo-tribos, cenas etc. Estes conceitos pretendem dar especial atenção à música, ao estilo e à identidade, preocupados com o consumo e com a expansão e hibridização de formas de vivenciar o cultural, o social e o urbano.

Busca-se entender o consumo de maneira ampla, como ação ativa na constituição social mediada pela comunicação, índice não só de aceitabilidade, mas de reflexão e uso potencial para a construção de novos contextos para esses jovens, e mesmo em um caráter de distinção social e reprodução de diferenças questionáveis. A partir do momento que entendemos estarmos situados em uma sociedade contemporânea espetacularizada e caracterizada pela alta visibilidade (Herschmann, 2005), a postura política, mesmo que muitas vezes meramente performativa, é de qualquer forma relevante para avaliarmos a relação estabelecida através do consumo (Bennett, 1999).

A observação participante (Magnani, 2002; Borelli et al, 2008; Borelli, 2003) é uma das formas de coleta de dados direta sobre os eventos. A realização de pesquisa de campo foi feita nos festivais: DemoSul, em Londrina-PR, em outubro de 2010, Goiânia Noise, em Goiânia-GO, em novembro de 2010, e Grito Rock, em São Caetano do Sul-SP, em março de 2011.

As entrevistas com os frequentadores dos eventos foram gravadas e realizadas com questões semi-estruturadas, buscando traçar um perfil do público, com suas motivações em acompanhar o evento, interesses e as formas que consomem música. Ao todo foram entrevistados 40 participantes, entre os festivais visitados no trabalho de campo.

Outras conversas informais foram realizadas com os produtores dos festivais: Marcelo Domingues (DemoSul); Leo Razuk (Goiânia Noise) e Robson Timóteo (Grito Rock ABC, ABC do Som) e com os músicos Ynaiã Benthroldo (Macaco Bong) e Alan (Brazilian Cajuns Southern Rebels) seguindo a mesma metodologia de questões semi-estruturadas, feitas no local dos eventos, por telefone ou e-mail.

Apesar de ainda escassos, também recorreremos a dados fornecidos por relatórios governamentais, como os do Ministério da Cultura, e pesquisas

empreendidas sobre produção e consumo cultural por outros órgãos envolvidos na produção cultural, na busca por indicadores culturais que se façam úteis ao nosso trabalho. Consultamos também dados disponibilizados em relatórios como os divulgados pela *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI) e pela Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD).

Outras fontes de informação utilizadas foram jornais e revistas, tanto na mídia massiva ou segmentada, diversos blogs e sites especializados em música e produção cultural, documentários sobre música independente, além do acompanhamento de perfis vinculados aos festivais nas redes sociais, e *streamings* ao vivo de reuniões e conferências.

O que temos como perspectiva ao final da dissertação pode ser dividida em cinco hipóteses básicas:

- a) Os festivais de música *indie* são organizados em rede e de forma colaborativa (muitas vezes envolvendo estratégias da economia solidária). Isso se faz pela mobilização do trabalho em redes sociais, aproveitamento de leis de incentivo à cultura, ou pelo associativismo, como no caso dos muitos coletivos que vêm tendo destaque, como os do Circuito Fora do Eixo, ou do trabalho da Associação Brasileira de Festivais Independentes, Abrafin.
- b) Os festivais são os principais vetores de estímulos para a cena da música independente brasileira, impulsionando também a abertura do diálogo com os mercados ligados ao setor, em nível internacional. Da mesma forma, pela política cultural interiorizada que promovem (voltada, também, ao público do interior), permitem incorporar com maior protagonismo consumidores e produtores (coletivos, produtores e músicos) fora do eixo RJ-SP.
- c) Tais eventos, ao propiciarem espaços de visibilidade a diferentes propostas artísticas - pelo menos temporariamente, pela insegurança do mercado - atuam como significativos mediadores de consumo cultural (agora em grande medida virtualizado), e também se efetivam enquanto lugar para a construção de subjetividades.
- d) Os festivais organizam um conjunto de "experiências" valorizadas pelos consumidores/frequentes (numa época de crise da comercialização dos fonogramas). Isso ocorre porque os festivais se constituem enquanto espaços fundamentais de sociabilidade (experiência social proporcionada pela música

ao vivo) e de construção de identidades coletivas para os consumidores (daí seu grande êxito hoje).

e) As políticas culturais governamentais, que se mostraram fundamentais para a consolidação dos eventos, também são um ponto de constante discordância entre os produtores, tensões que já resultaram inclusive na desfiliação de festivais renomados na cena independente nacional. A continuidade das iniciativas frente a mudanças nos governos e, a sustentabilidade entre todos os envolvidos na produção dentro do esquema associativo, são temas que demonstram a urgência dos desafios e dificuldades que se apresentam aos festivais, e que ainda não encontram uma resposta sólida.

Quanto à estrutura do texto da dissertação em si, ela se apresenta em quatro capítulos nos quais se analisa: a) o contexto atual de incertezas da indústria da música, b) a relevância do *boom* dos espetáculos ao vivo, c) além da história dos festivais independentes no Brasil, busca-se realizar um balanço dos desafios enfrentados pelos atores e as perspectivas para o futuro.

Em outras palavras, no primeiro capítulo, faz-se um panorama sobre a dita crise da indústria da música e as tendências perceptíveis no campo. É notório que a estruturação de acordo com a comercialização de fonogramas é deixada de lado, diante da ascensão das diferentes relações com o consumo de música. Apresentamos alguns números que enfatizam tal situação e colocamos em discussão os novos hábitos que giram em torno da cultura do *download* e como isso se torna uma situação definitiva para se pensar música.

Importante ressaltar que as transformações não se fazem apenas por rupturas, mas também por continuidades (Herschmann, 2010c). Além disso, é importante enfatizar as formações sociais que giram em torno do consumo musical e que funcionam como importantes mediadores no acesso às produções culturais.

A perspectiva apresentada é a de que o consumo virtual não é desmembrado de intermediações diretas (Sá, 2006). Sendo assim, e atualizando as discussões em torno das subculturas (Bennett, 1999), propomos pensar os laços afetivos instituídos pela experiência do consumo cultural, e organização dessas relações que encontram fixação em eventos como os festivais.

Percebendo isso, a organização econômica em função do comércio de “experiências” (Pine; Gilmore, 2001) é um dos elementos significativos na valorização dos espetáculos, justamente ancorado na constituição identitária dos grupos jovens.

Partindo desse pano de fundo específico, pretendemos situar os festivais independentes em um paralelo histórico mais geral, remontando as funções ocupadas pela música ao vivo no consumo de música. No caso brasileiro, alguns cogitam uma nova era dos festivais, em referência direta aos antigos festivais da canção promovidos pelas redes de televisão. Porém, tal comparação não nos parece muito completa, já que temos uma grande diferença entre os objetivos e o formato com os atuais festivais independentes. Diferentemente dos festivais de música realizados principalmente nas décadas de 60 e 70, mostras competitivas e promovidas por grandes empresas de comunicação, os festivais de música “independente” são, em geral, livres iniciativas de pessoas e produtoras ligadas à comunicação e à música em determinadas cidades (em sua maioria, não tão próximas aos centros midiáticos nacionais) (Herschmann, 2010c; Oliveira; Maia, 2010).

Os festivais independentes estão calcados, principalmente, na ação de determinados atores, o que tratamos no terceiro capítulo. Músicos, produtores e público são envolvidos de diferentes maneiras, como notamos nas entrevistas feitas em campo, o que garante certo senso de responsabilidade com a produção cultural de forma ampla, resultando de maneira fundamental no sucesso dos eventos.

Abordamos a história da formação da Abrafin, observando a sua estruturação e resultados obtidos até a presente pesquisa, como a economia solidária se faz presente em suas atividades, as parcerias feitas com as entidades privadas e governamentais, a utilização de políticas públicas e seus processos de comunicação.

Fazemos uma incursão, ainda que breve, sob o trabalho do Circuito Fora do Eixo. Uma das movimentações culturais mais promissoras e complexas a surgir na última década, o FDE está presente desde a criação da Abrafin e sua perspectiva politizada da cultura encontra diferentes respostas na Associação.

Traçamos um mapa dos eventos que foram realizados pela Abrafin em 2011, atentando para a sua distribuição, características, origem e mobilidade

dos artistas que se apresentam.

São analisados particularmente os festivais *Goiânia Noise Festival* (GO), *Festival Demo Sul* (PR) e *Grito Rock* (SP), nos quais foi realizada a pesquisa de campo, observando sua história, posição que ocupam em uma perspectiva local e regional, bem como a recepção de seu público.

Ao final do capítulo, damos conta das críticas que a associação sofre por parte de artistas e festivais, seja pelas acusações do não pagamento de cachês, formação de *panelinhas* de artistas que se apresentam nos eventos, ou interferência do Circuito Fora do Eixo em sua administração. Recentemente, vários festivais, dentre eles os mais antigos e renomados no cenário independente, deixaram a associação alegando falta de representatividade. Em respostas, a associação anunciou o calendário de 2012 com 70 festivais, a maioria em sua terceira edição, e traçou novos objetivos para fazer da Abrafin a “rede das redes”, atrelada a uma mentalidade tida como “atual” dos processos culturais que estão em andamento no país.

Como veremos no final do trabalho, com a visibilidade obtida, os eventos também passam a ser alvo de discussão na imprensa mais geral. Com o debate girando em torno da Abrafin, temas como o financiamento público e a rentabilidade econômica para todos os pontos envolvidos são temas polêmicos, que já geraram situações com a desfiliação de festivais e uma ostensiva cobertura crítica da imprensa, o que é tratado à parte no último capítulo. Nele, também damos conta das disputas políticas com a nova gestão do ministério da cultura, bem como um breve panorama sobre a perspectiva de financiamento do *crowdfunding*.

1. PANORAMA DA INDÚSTRIA DA MÚSICA

De maneira esquemática, podemos levantar alguns pontos que tem se alterado na indústria da música nos últimos anos, como aponta Herschmann (2010a).

a) Primeiramente, presenciamos a desvalorização vertiginosa dos fonogramas (sua transformação em commodity no mercado), a busca desesperada por novos modelos de negócio para os fonogramas através das lojas digitais telefonia móvel, bem como o crescente interesse e valorização da música ao vivo e dos concertos realizados especialmente nos centros urbanos (no universo indie, na maioria da vez, não são exatamente cadeias produtivas, na realidade se constituiriam mais em cenas, circuitos, muitas vezes legitimados na celebração de festivais); b) em segundo lugar, o crescente emprego das novas tecnologias e das redes sociais na web como uma forma importante de reorganização do mercado: 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, de construção de alianças com os consumidores, etc (Herschmann, 2010a, p.25).

Os números das grandes gravadoras no mundo indicam uma queda progressiva nos rendimentos, e no Brasil não é diferente. Segundo o relatório anual da Associação Brasileira de Produtores de Discos, ABPD, em 2009, o mercado brasileiro de música movimentou R\$ 358.432 milhões com as vendas de CDs, DVDs e receitas decorrentes do mercado digital, 0,7% a mais que em 2008 (R\$ 355.771 milhões). Porém, em 2002, eram R\$ 726 milhões, registrando assim uma queda acumulada de mais de 50%¹¹.

Também segundo Herschmann, (2007), de maneira geral, podemos dizer que a crise da indústria da música tradicional relaciona-se a um crescimento da competição entre os produtos culturais, com um aumento da oferta das opções de lazer e consumo. Temos a limitação gerada, em especial nos países periféricos, pelo poder aquisitivo da população, em conjunto com o crescimento da pirataria, tanto através dos *downloads* como pelo comércio físico.

¹¹ Disponível em: <http://www.abpd.org.br/downloads/Final_Publicacao_09_2010_CB.pdf>. Acesso: 19 de julho de 2010.

Sendo a base de receitas do mercado tradicional a comercialização de músicas em diferentes suportes e os direitos econômicos que incidem sobre o uso público dos fonogramas (Albornoz; Herschmann, 2009), há um forte abalo no eixo da produção, bem como um clima de insegurança, que acaba por gerar perspectivas um tanto quanto nebulosas.

Frith (2006) aponta que a estruturação da indústria da música se daria em quatro pontos centrais.

a) (...) uma *indústria de direitos*, dependente das normativas legais da propriedade e de licenças sobre um amplo espectro dos usos das obras musicais; b) uma *indústria de edição impressa*, que facilita o acesso do público às obras, mas que assim mesmo depende da criatividade dos músicos e compositores; c) uma *indústria de talentos*, dependente de uma gestão efetiva dos compositores e músicos, mediante o uso de contratos e desenvolvimento de um *star system*; d) uma *indústria eletrônica*, que depende da utilização pública e doméstica de diferentes tipos de equipamentos e componentes eletrônicos (Frith, 2006, apud Herschmann, 2007, p.72).

Apesar de alguns atrelarem a crise na indústria fonográfica a uma crise em toda a música, percebemos a música onipresente nos mais diferentes espaços públicos e privados, contrastando fortemente com os números apresentado.

A indústria fonográfica sofre a pressão das transformações dentro do paradigma produtivo de maneira geral, saindo de um esquema fordista de linha de montagem, em transição a um pós-fordista, com a emergência flexibilidade nos contratos de trabalho, o surgimento da figura do trabalhador temporário, a subcontratação, a terceirização, a precarização da mão-de-obra, o desemprego estrutural, a diminuição dos salários e, por conseguinte, o enfraquecimento dos sindicatos trabalhistas (Harvey, 1993; Kumar, 2007).

A flexibilização da produção e acumulação do regime capitalista, também incidiria na assimilação da informação e do conhecimento como formas de agregar valor aos produtos e serviços, o que para alguns representa o próprio avanço para um suposto capitalismo cognitivo (Cocco e outros, 2003; Cocco, 2000).

Tais transformações provocam a emergência de novas formas de organização da produção e do consumo, resultando em novos modelos de negócio (De Marchi e outros, 2010), com o deslocamento mais profundo das

forças produtivas para as atividades imateriais (Lazzarato; Negri, 2001; Gorz, 2003).

Como reforça Herschmann, as mudanças em curso não correspondem a uma ruptura plena. É possível identificar continuidade e rupturas neste processo, justamente avaliando as práticas e hábitos de consumo cultural relacionadas à música, contrariando uma perspectiva evolucionista e/ou tecnicista.

Por exemplo: a) não só continuamos assistindo ao êxito de velhas estratégias fordistas sendo exitosas quando empregadas no desenvolvimento e lançamento de trabalhos de artistas massivos e alguns *pop*, como, por exemplo, Ivete Sangalo, Madonna, U2 ou Coldplay (entre outros); b) nem sempre um suporte de música está definitivamente superado pelo novo: neste contexto de crise de vendas dos fonogramas, por exemplo, é possível constatar o relevante “retorno do vinil” (o expressivo crescimento da venda de discos traz a tona elementos para se pensar o futuro dos suportes físicos na indústria da música) (Herschmann, 2010c, p.72).

Entre as rupturas e continuidades, Herschmann organiza a seguinte comparação :

Tabela 1: Continuidades e rupturas na indústria da música

Tópico	Indústria da música do século XX	Tendências no processo atual de reestruturação da indústria da música
a) Empresas	Conglomerados organizados em unidades produtivas: estrutura organizacional hierarquizada e departamentalizada; terceirização de selos/ <i>indies</i> ; gravadoras independentes pouco competitivas e isoladas.	Pequenas e grandes empresas organizadas em rede: associativismo e parcerias (competem e cooperam); artistas e <i>indies</i> mais competitivas e organizadas em coletivos, associações e arranjos produtivos.
b) Mercado	Massivo: nacional e transnacional	Segmentação (pulverização de ninchos de mercado): Local e global
c) Relacionamento com os consumidores	Unilateral pelos mercados e mídias: processo pontual e difusão Lojas e mídias tradicionais (rádio e TV)	Interativo pelas redes (sociais e internet): processos constantes e interativos
d) Comercialização/ Distribuição	Através de lojas, megastores e supermercados	Através da internet, de pontos de venda alternativos e de vendas em shows
e) Conhecimento	Mais um recurso entre outros: dados	Diferencial competitivo: estudos

	quantitativos de venda da indústria nos mercados nacionais/internacionais	quantitativos e qualitativos de comportamento e tendências dos inúmeros nichos de mercado local/glocal
f) Estratégias de venda	Mecanismos de difusão/sedução entre os consumidores: publicidade; listas top 40; star system dos artistas esquemas para <i>blockbusters</i> ; <i>lobby</i> com os formadores de opinião; catálogo dos gêneros musicais; megashows ou grandes festivais	Mecanismos de interação e coprodução com os consumidores (redes sociais): articulação e mobilização dos consumidores (na <i>web</i>); liberação de conteúdos (socialização, <i>free</i>) ferramentas de marketing e design; emprego de repertórios simbólicos em sintonia com a cultura local; pequenos e médios concertos e festivais
g) Contratos e dinâmica de trabalho	Contratos: fixos, grande <i>cast</i> de artistas, staff de publicidade e de Arte & Repertório. Trabalhador: empregado da empresa (em geral, em departamentos)	Contratos: temporários e <i>downsizing</i> . Trabalhador: colaborador e/ou parceiro da empresa (em rede)
h) Inovação	Sazonal: desenvolvimento de tecnologia e <i>know-how</i> : renovação/criação de novos gêneros. Realizada por artistas e gestores da indústria.	Constante: desenvolvimento a partir também de conhecimentos tácitos e/ou da cultura local; resultados obtidos através de apropriação e colagens (como, por exemplo, através do ato de samplear) de repertórios simbólicos, ritmos e sons. Realizada por artistas e gestores da indústria,
i) Resultados	Produtos, mercadorias (suportes físicos) e serviços: Discos de vinil, DVDs, CDs e outros suportes físicos. Papel periférico dos concertos.	Bens imateriais e serviços: <i>Videogames</i> , <i>ringtones</i> , <i>podcastings</i> , concertos ao vivo (mais central), serviços de bancos de música <i>on-line à la carte</i> ou por assinatura.

Fonte: Herschmann, 2010c, p. 27.

De qualquer forma, o mercado de fonogramas ainda encontra-se concentrado na mão de quatro *majors* ou conglomerados transnacionais de comunicação e entretenimento (Yúdice, 2007). Warner, EMI, Universal e Sony, aliadas aos órgãos gestores de direitos autorais, fazem frente às mudanças que estão ocorrendo e elegem como principal inimigo a pirataria (Albornoz, 2008; Albornoz; Herschmann, 2009), "real" ou "virtual", que lhes "surrupia" imensas cifras, em estatísticas ainda duvidosas.

Entre 1997 e 2005, o consumo "ilegal" teria reduzido 50% dos postos de trabalho direto e de artistas contratados; fechado 3.500 pontos de vendas; diminuído em 44% os lançamentos de produtos nacionais, além da estimativa

de perda de arrecadação em impostos em função da pirataria de R\$ 500 milhões anuais (somente considera ICMS, PIS e Cofins); somam-se mais empregos perdidos no setor: 80 mil (gravadoras, fabricantes, comércio varejista, etc...). Acrescenta-se a isso, a justificativa de que a capacidade de investimento em novos artistas seria drasticamente afetada, colaborando para uma estagnação aos gêneros já consagrados¹².

A ausência de outros indicadores culturais dificulta o trabalho de pesquisa, já que unicamente temos dados de uma ponta dos interessados, e que são continuamente questionados. Basta lembrar que em matéria para o site *Ars Technica*, Nate Anderson afirma que a metodologia empregada e os resultados do IFPI de que 95% da música baixada podem ser facilmente rebatidos pelo cruzamento com outras pesquisas, que dão conta do consumo digital.

De acordo com um estudo mais aprofundado, apenas 18 por cento dos utilizadores da Internet na Europa realmente compartilhar arquivos ilegalmente. IFPI sugere que este número tem-se mantido constante, mesmo como a penetração de banda larga aumentou 5-42 por cento sobre os últimos anos, mas é difícil ver o que isso poderia significar. Com a taxa da troca de arquivos restantes constante, próprios números da IFPI, na verdade, sugerem que de troca de arquivos aumentou¹³.

Além disso, a informalidade da circulação cultural na maior parte das cenas dificulta o entendimento dos resultados diretos de tais mudanças, o que acarreta no aumento da especulação e do abstracionismo.

Cabe entender um pouco como tal situação é encarada do campo dos seus consumidores, e as consequências e os caminhos que a indústria procura seguir devido a isso.

¹² Disponível em: < http://www.abpd.org.br/pirataria_dados.asp>. Acesso: 07 jul. 2010.

¹³ No original: According to a further study, only 18 percent of Internet users in Europe actually share files illegally. IFPI suggests that this number has remained constant even as broadband penetration has soared from 5 to 42 percent over the last few years, but it's hard to see what this could mean. With the rate of file-swapping remaining steady, IFPI's own numbers actually suggest that file-swapping has soared. Disponível em: < <http://arstechnica.com/media/news/2009/01/ifpi-music-piracy-at-95-or-is-it-18.ars>>. Acesso em: 07 jul. 2010

1.1 Novas tecnologias, novos consumidores, novos hábitos

Busca-se aqui analisar em que medida ocorrem tanto continuidades como rupturas, bem como contradições em relação ao “tempo em que se podia ter a música nas mãos”. A música se desmaterializa também para aquelas gerações que estavam acostumadas a comprar discos: cada vez estranham menos o fato dos consumidores mais jovens nunca terem comprado um CD (que outrora as gravadoras insistiam em lhes empurrar). Há um processo em curso também hoje: a re-materialização da música, que se realizaria através das tecnologias portáteis utilizadas para executar os arquivos virtuais e que tem especial interesse nos formatos¹⁴ que estes circulam (Cardoso Filho, 2008).

Aqui entram novos valores em jogo. Se for possível falar de uma desmaterialização da música, como dar conta da materialidade do meio digital e das particularidades que ele insere? É verdade que esse modo de lançamento do álbum favorece uma relação com a música que é menos material que aquela opção do *disco*, mas ainda assim uma relação material se estabelecerá com o iPod ou MP3 player. Parece-nos apropriado, portanto, pensar os efeitos dessa configuração material particular para a experiência com o álbum (Cardoso Filho, 2008, p.8).

Jonathan Sterne, em *Audible Past* (2003), faz um apanhado sobre como o desenvolvimento tecnológico apontou para alterações no próprio aspecto da audição. A música, que já havia se tornado portátil com o *walkman*, gerando uma série de implicações subjetivas e sociais relacionados ao ato da audição personalizada (Du Gay, 1997a), perde agora sua dimensão material, a de estar ligada a um suporte específico como o CD. Circulando não mais em lojas físicas, mas espalhadas pelos mais diversos destinos obscuros da rede, têm-se os mais diversos reflexos.

O imenso desinteresse dos jovens, principal parcela consumidora, em bancar os altos preços dos fonogramas não só é um indicativo para a evasão de divisas dos grandes selos, mas também um reflexo que revela que os hábitos agora são outros. Esses hábitos estão situados em diferentes níveis do estrato social, consolidando distintas identidades e sociabilidades, mas que por

¹⁴ Sterne (2006) apresenta inclusive a noção que o próprio arquivo em mp3 pode ser analisado como artefato cultural.

sua vez, não se encontram tão afastados da lógica tradicional social.

Mesmo questionando os dados do IFPI que apontam os 95% de *downloads* ilegais em 2009, podemos associar tal estimativa aos números da pesquisa feita universitários da Escola Superior de Publicidade e Marketing, ESPM. O retrato que temos é de uma condição que parece ser permanente, em que mais de 90% dos 145 entrevistados responde fazer *download* de música, sem que em nenhum momento houvesse um pagamento por ela.

Mais de 50% disseram considerar o *download* “um comportamento normal na cultura atual”, sendo uma “saída devido ao alto preço dos CDs”. Dentre os demais fatores apontados para corroborar essa prática, destacam-se: a praticidade; o fato de propiciar acesso ágil a uma grande diversidade de músicas; e ainda o acesso a músicas consideradas difíceis ou raras (Castro, 2007, p.80).

Quando os jovens denominam sua prática como “não propriamente um crime”, encontramos indicativo semelhante ao apresentado em outra pesquisa, feita pela Microsoft no Brasil, em que o termo “pirataria” não provoca rejeição junto à população, mas curiosamente ganha simpatia, tal como um ato de Robin Hood. (Boechat; Herdy, 2008).

Como especula Castro, tal visão do *download* está ligada ao fato de que o compartilhamento “não envolve dinheiro”, fazendo com que “a prática não seja imediatamente percebida como ilícita” (Castro, 2007, p.80).

O problema é que não envolver dinheiro é no mínimo uma situação ingênua. Não se trata do que não é pago pelos direitos do produto, mas como esses sistemas de compartilhamento também estão dentro da lógica capitalista, lucrando da maneira mais tradicional como acontece com a publicidade. Exemplo dado na notícia da *Folha.com*, de 22 de abril de 2009, intitulada “Grandes empresas patrocinam sites piratas”. “Montadoras, bancos, companhias de internet e telecomunicação, redes alimentícias e até a indústria de entretenimento. Por meio de anúncios, dezenas de empresas de grande porte ajudam a financiar sites que violam os direitos autorais”¹⁵.

Também deve se considerar os interesses compartilhados pelas empresas de tecnologia que desenvolvem os suportes para execução dos arquivos, que podem ser condicionantes para atual diversidade disponível, mas

¹⁵ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u554394.shtml>. Acesso em 12 jun. 2011.

não uma garantia, bem como as tentativas de consolidar novas formas de comercialização (Nicolau Netto, 2008).

Lembrando que no fluxo imaterial da rede, motivações as mais diversas se cruzam, parece seguro supor que uma grande contrapartida comercial oriunda de sistemas gratuitos de distribuição de música na Internet seria o estrito monitoramento dos hábitos de consumo dos usuários. No intuito de fornecer conteúdo cada vez mais personalizado e, portanto, ao menos teoricamente, irresistível, inúmeros distribuidores de conteúdo alimentam intrincados bancos de dados onde são estocados diversos tipos de informação acerca de seus usuários. Trabalhados a partir de sofisticadíssimos programas de rastreamento e análise, esses dados fornecem pistas que podem se tornar valiosas. A forte segmentação do mercado sugere que a classificação das tribos de ouvintes de música digital não responde apenas às preferências idiossincráticas de seus membros, mas responde também a estratégicos apelos comerciais, criando lucrativos nichos de mercado (Castro, 2005, p.34).

Frente a consumidores que não veem mais sentido em pagar por algo que encontram de graça, a indústria da música enfrenta uma situação paradoxal.

O meio que se apresenta como principal ambiente de negócios para o mercado fonográfico, num futuro próximo, é caracterizado pela essência libertária da produção colaborativa e das trocas livres, ou seja, é fortemente anti-comercial para o modelo de negócio atual das grandes gravadoras. E diante da obscuridade dos novos caminhos de comercialização da música via internet, o equilíbrio dessas duas forças parece estar muito distante (Côrtes e outros, 2008, p.5).

A insistência desespera pela criminalização do compartilhamento de músicas e as ações de conscientização representaram um imenso atraso para uma resposta efetiva das gravadoras diante da nova situação.

Retornando a pesquisa realizada pela ESPM, na qual 145 universitários foram entrevistados, apenas 9,6% declararam não utilizar a internet para fazer *download* de música. Destes, o medo de vírus foi apontado como o principal fator que os afasta desta prática, totalizando mais de 52% das respostas obtidas (Castro, 2007).

Justifica-se isso através das campanhas empreendidas no combate à pirataria digital, que trabalham com o terror das ameaças virtuais para afastar os usuários dos produtos disponibilizados. Porém, tais ações atingem muito mais os pais, do que os próprios jovens. “De todo modo, é notável a pregnância da questão pragmática – medo de vírus – sobre considerações de cunho moral

– pirataria – dentre os motivos apontados pelos que não utilizam a internet para fazer *download* de música” (Castro, 2007, p.79).

Se, como comentado anteriormente, a ideia de pirataria digital gera no Brasil mais empatia que repreensão, o próprio conceito do pirata pode ser colocado em xeque. Lessig (2008) aponta que o risco em se tomar o compartilhamento como crime, desconsiderando o contexto e os interesses envolvidos, pode acarretar em um tolhimento do desenvolvimento cultural.

Cabral (2008) também observa que na atual legislação brasileira, alguém que falsifica remédios, pondo em risco a vida de alguém, é punido da mesma forma que um adolescente que faz um *download* não autorizado de uma música na internet.

Outras ações de punição, como as realizadas nos EUA, acabam justamente gerando um abismo de identificação entre consumidores e o mercado fonográfico. No estado de Minnessota, em 19 de junho de 2009, uma mulher foi condenada a pagar US\$ 1,92 milhão a diversas gravadoras, pelo *download* ilegal de 24 músicas.

Se a pressão jurídica não faz tanto efeito, além de outros interesses comerciais envolvidos na circulação da música online, cabe ao mercado fonográfico buscar a consolidação de práticas comerciais integradas a esse contexto, na tentativa de recuperar os lucros perdidos vertiginosamente na última década.

Com a reconfiguração dos intermediários, alguns formatos de negócios vêm sendo realizados com maior ou menor êxito. Além das lojas “tradicionais” de música digital, encontramos serviços de *download* autorizados pelas gravadoras ou subsidiados por anúncios, conteúdos remunerados por patrocinadores, *sites* que oferecem músicas através do pagamento de mensalidades, ou mesmo bancos de músicas vinculados à compra de outros produtos, como telefones celulares.

Tais ações já vêm tendo resultados interessantes. Segundo dados *Digital Music Report*, publicação do IFPI, no mundo, o consumo de fonogramas digitais cresceu 12% em 2009, totalizando cerca de US\$ 4,2 bilhões.

No Brasil, algumas alternativas criativas estão sendo desenvolvidas por empresas brasileiras no meio digital com significativo êxito (De Marchi e outros,

2010), sendo que os negócios digitais já participam em 12% das receitas totais do comércio de música (Herschmann, 2010c).

Vale colocar em pauta que um dos grandes ganhos que a indústria da música vem apresentando atualmente, em detrimento da produção direta, está nas licenças de comercialização de obras musicais, em que a gestão e distribuição das obras de seu catálogo ganham fundamental importância (De Marchi e outros, 2010). Muitas dessas músicas vão passar por uma experiência distinta de consumo, como associadas a games musicais, como os sucessos de venda *Guitar Hero* e *Rock Band* - é foco de diversos estudos (Herschmann, 2010c).

1.2 Novos intermediários

Como o compartilhamento gratuito está inserido em uma dinâmica de mercado, ilusões de uma natural ciberdemocracia (Levy, 1999; Anderson, 2007) são colocadas de lado, quando consideramos os limites do acesso à Internet, seja pelos os que ainda estão literalmente excluídos ou pelos limites que são construídos dentro do ciberespaço.

Indiferente ao aspecto legal, a Internet, mesmo sendo um acervo de incrível capacidade de armazenagem e acesso, não garante, porém, a ciberdemocracia proclamada. Deve-se considerar o papel realizado pelos filtros de informação, por novos mediadores, que indicam caminhos distintos pelo ambiente virtual, que por sua vez, interferem no tipo de conteúdo a que se chega (Sá, 2006).

A ênfase em uma descentralização e desintermediação, na qual haveria a construção de um modelo de produção, distribuição e consumo cultural em uma relação direta entre produtores e consumidores, é extremamente problemática. Sá (2006) destaca fatores como a abolição do papel dos mediadores e da oposição entre a comunicação dada na internet e a mídia da massa, ignorando as inter-relações existentes.

Fica claro então que as mediações podem ser de outra ordem, mas continuam a valer neste novo cenário, obrigando-nos a investigar a forma como as escolhas são feitas e discutir o peso maior ou menor das comunidades de gosto, da noção de gênero e da crítica cultural, que parece estar vivendo um momento de intenso florescimento na

Internet (Sá, 2006. p.11).

Como discute Sá (2006), para o entendimento das transformações da indústria do entretenimento e, justamente, das práticas musicais, a discussão dos pressupostos básicos da cibercultura é fundamental, indo além de definições consolidadas para compreender o papel exercido nas novas relações de mediação. Além disso, é importante salientar que as práticas sociais instituídas através do compartilhamento de arquivos na Internet, não se constroem como uma parte da indústria cultural. Muitas vezes, elas estão articuladas, desmistificando a “noção de resistência cultural normalmente atribuída aos usuários da Internet, como se estivessem fora do circuito de produção-circulação-consumo” (Sá, 2006. p.10).

Como se percebe, a superabundância em si dos conteúdos da Internet já é uma limitação.

O jogo entre excesso e liberdade do indivíduo delimita hoje parte significativa da problematização ética e técnica sobre os efeitos da rede. Afinal, a atração maior da Internet é a experiência de que o mundo está imediatamente na ponta de nossos dedos. Atrai pelo sentimento de uma liberdade inaudita: as possibilidades de interação consigo mesmo, com os outros e com o mundo não estão mais limitadas pelo lugar ou pelos meios de comunicação de massa. O que valerá como limitação é exatamente o excesso (Vaz, 2004, p.190).

Dado assim, o mesmo se aplicaria à circulação da música. Se a web tem a capacidade de concentrar uma pluralidade de produções culturais, torna-se uma importante via para a circulação de bens “alternativos”. Mesmo assim, a padronização do gosto não se restringe ao critério único do acesso.

Seria ingênuo afirmar que a simples apropriação do potencial da Internet como canal alternativo de distribuição garantiria a excelência nas relações entre músicos e ouvintes. Seria também ingênuo afirmar que graças à diversidade de estilos e gêneros em oferta, os novos ouvintes tornaram-se mais seletivos. Por fim, seria igualmente ingênuo fazer uma correlação direta entre qualidade e diversidade nas coleções virtuais de música. Mesmo que sejam maiores do que as nossas velhas coleções de discos, sempre se pode ter mais do mesmo (Castro, 2005, p.72).

A preocupação com os novos caminhos realizados para chegar aos bens culturais continua a mesma, bem como a preocupação de garantir a diversidade e o acesso a uma produção mais ampla, sendo “prudente rastrear

as possíveis novas barreiras e também as potencialidades de acesso de artistas locais ao mercado e consumidor final hoje”. (Herschmann, 2010c, p.89)

1.3 Mediação e sociabilidade jovem

Sá (2006) postula que para se compreender as transformações da indústria do entretenimento e, especialmente, das práticas musicais, deve-se buscar compreender o papel de mediadores tais como as cenas e os gêneros musicais. As comunidades de gosto ou as cenas constroem valores e identidades, que por sua vez, definem os parâmetros para estas apropriações tecnológicas. “Neste caso, a conexão com um universo de escolhas musicais é utilizado para confirmar gostos previamente construídos a partir das subculturas e dos gêneros musicais, mediando a cultura *shuffle*” (Sá, 2006, p.8).

Importante notar de que forma podemos entender as comunidades juvenis, e em que perspectiva o consumo musical pode ser considerado dentro deles.

É preciso reinterar que a música é parte integrante da nossa vida cotidiana, produto social e simbólico, que cumpre ao mesmo tempo as funções de linguagem e signo, sendo capaz de criar vínculos entre as pessoas, acontecimentos e manifestações coletivas. A música historicamente e de forma mais contundente na pós-modernidade se tornou um aglutinador social, capaz de reunir indivíduos em torno de um instrumento musical, aparelhos de reprodução musical e em espaços coletivos para shows (Bento, 2009, p.6).

Os trabalhos realizados pelos Estudos Culturais na década de 1970 já visavam atender o papel ocupado pelas formações sociais entre os jovens, no desenvolvimento do conceito de subculturas (Hebdige; 1979; Hall; Jeferson, 1976).

Dando continuidade aos estudos realizados pela Escola de Chicago, na tentativa de rever as concepções do que seria a cultura juvenil, o *Centre for Contemporary Cultural Studies*, em Birmingham, difunde o conceito de subculturas, ligando as práticas juvenis ao contexto de reação à sociedade paternalista estabelecida, observando os grupos formados no pós-guerra, como os *mods*, *punks* e *skinheads*, analisando um uso ativo da resistência através do estilo próprio contra as formas hegemônicas existentes.

A proposta do CCCS era, em síntese, desconstruir e destronar o conceito mercadológico de *cultura juvenil* e, em seu lugar, erigir um retrato mais meticuloso das raízes sociais, econômicas e culturais das variadas *subculturas juvenis* e de suas vinculações com a divisão de trabalho e as relações de produção, sem negligenciar as especificidades de seu conteúdo e de sua posição etária e geracional (Clarke et al 1976: 16). Não se tratava meramente, pois, de produzir inventários de padrões de consumo e estilos de vida subculturais; era impreterível avaliar que função o uso (criativo, insólito, espetacular) de artefatos da cultura de consumo, do tempo e de espaços territoriais assumia perante as instituições dominantes hegemônicas da sociedade (Freire Filho, 2005, p.141).

Considerado “um dos terrenos que os pesquisadores do CCCS se mostraram, ao mesmo tempo, os mais produtivos, os mais inventivos, os que mais percebiam as dinâmicas sociais” (Mattelart; Neveu, 2004, p.62), o conceito de subculturas jovens passa a ser colocado em dúvida hoje é colocado em dúvida. Como já citado anteriormente, busca-se uma renovação, ampliação ou substituição do conceito, trazendo a tona um contexto em que a resistência não é mais ponto chave na formação da cultura jovem, e que a formação desses grupos aparece cada vez mais fluída.

As ideias do filósofo Michel Maffesoli (1987) em torno do neotribalismo são um dos principais pontos para a construção dessa crítica. O autor sugere a superação dos esquemas tradicionais de organização para o que chama de comunidades afetuais ou tribos, marcadas pelo compartilhamento de uma ética e de uma estética específicas.

O estabelecimento das tribos se faria através dos processos de atração e repulsão na formação dos círculos de amizade, que constituem cadeias por meio da multiplicação das relações. Estas contínuas ligações, ao mesmo tempo em que se cristalizam e se dissolvem, são objeto de grande investimento emocional. Mesmo caracterizado pela fluidez e pela dispersão, no neotribalismo se faz presente uma obsessiva busca pela comunhão (Cummings, 2006).

O que sedimenta estas relações passa a ser a “a faculdade comum de sentir e experimentar”, ou seja, o fundamento básico é a “emoção” (Maffesoli, 1987);

A natureza temporal das tribos significa que elas podem desaparecer uma vez que as pessoas mudem de ideia ou encontrem uma nova identidade. A perseverança das neo-tribos é resultado da sua capacidade sedutora, que é muitas vezes ligada a práticas de consumo, especialmente em relação à música, gosto e estilo, como eles são imaginados veículos de auto-definição do indivíduo¹⁶ (Cummings, 2006, p.2).

Andy Bennet (1999) acredita que a concepção de neotribos absorve as características da fluidez, dos ajuntamentos pontuais e da dispersão apregoados pelo autor francês, em que a identidade individual dá lugar ao coletivo da tribo, mas que se mostra efêmera como a sua construção a partir do consumo de estilos de vida.

Para Bennett (1999, p.607), os estilos de vida significariam as escolhas por certas mercadorias e padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais como formas de expressão identitária (Fernandes, 2007).

A teoria neo-tribal permite uma concepção mais fluída que responde ao impacto do enfraquecimento da classe, origem, sexo, e a crescente importância das múltiplas identidades e dos vários espaços em que essas identidades podem ser encenadas¹⁷ (Cummings, 2006, p.2).

Com os apontamentos críticos de que a ênfase no consumo, determinada por uma identidade auto-construída, acarretaria em uma lógica consumista (Hesmondhalgh, 2005; Fernandes, 2007), Bennett reforça a noção do consumo “como uma força-motora da sociedade na modernidade tardia e como um recurso fundamental de indivíduos na construção de identidades sociais e para a formação de relações sociais com outros” (apud Fernandes, 2007), ressaltando-o como um recurso criativo à disposição dos indivíduos.

Os consumidores que formam as neo-tribos ou as comunidades afetivas procuraram produtos e serviços que abracem esta ideia de “valor de ligação”. Quanto maior contribuição de um produto ou serviço para o desenvolvimento e fortalecimento do vínculo tribal, maior será seu valor de ligação para os membros¹⁸ (Cova; Cova,

¹⁶ No original, em inglês: The temporal nature of the tribes means that they may vanish once individuals change their mind or find a new identity. The perseverance of neo-tribes is a result of their seductive capacity, which is often tied to consumption practices- especially in relation to music, taste and style, as they are imagined vehicles of individual self-definition (Cummings, 2006, p.2)

¹⁷ No original, em inglês: Neo-tribal theory, permits a more fluid conception that replicates the weakening impact of class, locality, gender, and the increasing importance of multiple identities and multiple sites within which these identities could be played out (Cummings, 2006, p.2).

¹⁸ No original, em inglês: Consumers who form neo-tribes or brand communities must seek out products and services that embrace this idea of ‘linking value.’ The greater the contribution of a

2001, p.71).

Tais características são base para entendermos o sucesso dos festivais como articulados à experiência de sociabilidade proporcionada pelo pertencimento a um determinado grupo de gosto. Não só tal identificação é determinada pelas escolhas musicais em comum, como também é determinante para estas mesmas escolhas.

A partir dessa noção, podemos encontrar novas mediações dentro do mercado de música, que reforçam o espaço da segmentação do mercado de acordo com nichos de interesse (Anderson, 2007). Os valores atribuídos aos produtos culturais são significativos para que, nos próximos capítulos, analisemos a produção e o consumo que giram em torno dos festivais *indies*, em como tais espaços se tornam expressivos para os seus frequentadores.

Porém, é interessante notar que tal tendência não se restringe a um entendimento puramente teórico, mas que também se faz presente numa leitura mais pragmática para os negócios musicais.

1.4 A capitalização da experiência

Ao mesmo tempo em que o faturamento com a venda dos ainda insistentes CDs despenca ano após ano, é interessante notar a presença dos mercados derivados música, bem como a valorização dos espetáculos ao vivo.

A tendência no mercado da música, portanto, é que o consumo de *downloads* conviva naturalmente com outras formas de consumo que permaneçam valorizados pelo público. Além disso, pode-se dizer que, frente à queda das cifras de venda de fonogramas em suporte físico, os “mercados derivados” vêm ganhando mais relevância. É o caso da música ao vivo crescentemente consumida e valorizada. Aliás, fazendo um balanço das revistas especializadas, é possível constatar que as turnês continentais de músicos e a celebração de festivais internacionais se multiplicaram, enquanto os preços das entradas vêm sofrendo um aumento significativo (Herschmann, 2010a, p.27).

Na nota apresentada na revista *Rolling Stone* (2009), observamos como tem se dado a valorização dos espetáculos ao vivo, e sua importância econômica para o setor da música:

product or service to the development and strengthening of the tribal bond, the greater its linking value is deemed by the members to be (Cova; Cova, 2001, p.71).

Mesmo com o mundo vivendo um período de crise econômica, o mercado de shows musicais apresentou um crescimento de 10% em 2008, movimentando cerca de US\$ 25 bilhões (entre venda de ingressos, publicidade e direitos de imagem) durante o ano. O estudo é do *site The View*, e foi publicado nesta quinta, 26. De acordo com o *site*, especializado no mercado de música e entretenimento, isoladamente, a venda de ingressos para os mais diversos concertos aumentou em 8%, atingindo a marca de US\$ 10,3 bi¹⁹.

O aumento nos preços de ingressos para os shows de música é um indicativo importante, que nos leva a suspeitar do diferencial ao se consumir música dessa forma: a experiência.

Tais números se relacionam ao que alguns teóricos têm denominado de “economia da experiência” (Pine; Gilmore, 2001). Pine e Gilmore analisam que há um processo de comoditização generalizada, no qual serviços e produtos se encontram com preços muito similares devido à competitividade e globalização dos mercados. As empresas passam a investir, então, em novas formas de seduzir seus clientes.

Atentar para o fato de que fatores culturais são importantes diferenciais significa valorizá-los. Assim, as organizações de ponta vêm procurando investir constantemente na dimensão imaterial, intangível, de produtos & serviços que se traduzem concretamente no universo simbólico que associamos à marca, no tipo de espetáculo ou experiência que as empresas associam à sua produção. Os consumidores querem não só produtos de alta qualidade que atendam a suas demandas objetivas, mas também que espelhem sua identidade e gerem experiências significativas, que possam ser agenciadas afetiva e simbolicamente por eles (Herschmann; Kischinhevsky, 2005, p.4).

A literatura de negócios abraça tais proposições de maneira apaixonada.

A “economia da experiência” é uma expressão da transição de um sistema de regras sociais para um radical, comunicativo modo de auto-direção. Ela demonstra como a economia está tornando-se desmaterializada e psicologizada, e ilustra a forma como tratamos commodities escassas e a parte da nossa existência que é afetada. A economia da experiência é mais do que apenas “me alimentar”, “entreter-me” e “dar sentido à minha vida”. Empresas e organizações podem desempenhar papel significativo em ajudar o indivíduo a encontrar seu próprio caminho²⁰. (Boswijk; Thijssen; Peelen, 2007,

¹⁹ Disponível em: <http://rollingstone.com.br/noticia/mercado-de-shows-cresce-10/>. Acesso em 10 jun. 2011.

²⁰ No original: The “experience economy” is an expression of the transition from a system of social rules to a radical, communicative mode of self-direction. It demonstrates how the economy is becoming dematerialized and psychologised and illustrates how we treat scarce

O foco passa a ser criar ambientes que estimulem o sensorial/emotivo, experiências de escapismo, imersão, interação, como maneiras de mobilizar os consumidores (Pine; Gilmore, 2001). Em sua pesquisa sobre o consumo nos festivais *indies* australianos, Cummings (2006) atenta para as mesmas características, em diálogo com as proposições de Muniz e O'Guinn.

Muniz e O'Guinn argumentam que, nas sociedades contemporâneas tardias,(..) "os consumidores estão muito conscientes do ambiente comercial em que vivem". Eles sugerem que o consumidor pós-moderno é auto-consciente e auto-reflexivo, especialmente sobre questões de autenticidade e identidade. O consumidor pós-moderno faz escolhas de consumo baseado não só por seu valor de uso, mas por seu significado simbólico ou o valor de ligação²¹ (Cummings, 2006, p.3).

Com as empresas buscando assimilar valor simbólico a seus produtos e serviços, o campo da produção cultural também passa pela necessidade de desenvolver estratégias de alta complexidade para atender um mercado cada vez mais segmentado (Herschmann, 2010c).

Fato é que a experiência se faz não só como um fator estratégico em termos econômicos (Heschmann, 2010b), mas se sustenta inclusive no constructo das relações sociais, devido a sua capacidade de mobilização dos atores, capacitando também certas marcações afetivas dos grupos envolvidos (Maffesoli, 1987; Maffesoli, 2007).

Herschmann ao analisar o crescimento dos negócios com música ao vivo, seja em shows avulsos ou nos festivais, nota que o público segmentado mobiliza-se especialmente pelas afetividades, o que respalda o sucesso econômico das iniciativas.

Da mesma forma que o pensamento de Maffesoli torna-se significativo para analisarmos o consumo musical como elemento aglutinador de sociabilidades, Herschmann enfatiza que o mesmo ressalta a centralidade da

commodities and which part of our existence that treatment assumes. The experience economy is more than just "feed me", "entertain me" and "give meaning to my life". Businesses and organizations can play meaningful role in helping the individual find his own way. (Boswijk; Thijssen; Peelen, 2007, p.X)

²¹ No original: Muniz and O'Guinn argue that in late contemporary societies,(..) 'consumers are very aware of the commercial milieu in which they live'. They suggest that the postmodern consumer is self-aware and self-reflexive especially about issues of authenticity and identity. The postmodern consumer makes consumption choices based not only on use value but on the good's symbolic meaning or linking value as well (Cummings, 2006, p.3).

“experiência” para compreendermos as mobilizações e os engajamentos sociais hoje.

A experiência é a palavra-chave para explicar a relação que cada um estabelece com o grupo, a natureza, a vida em geral. Experiência que ignora escrúpulos racionais, repousando essencialmente no aspecto nebuloso do afeto, da emoção, da sintonia com o outro. É precisamente por estar a vibração na ordem do dia que convém adotar uma postura intelectual que saiba dar conta dela. (...) O lugar central da experiência exprime-se através desse resvalar que vai da História geral e segura de si às pequenas histórias que constituem o cimento essencial das tribos urbanas. Com isto, o discurso doutrinário dá lugar à vibração comum e ao sentimento de pertencimento que isto fatalmente induz (Maffesoli, 2007, p. 203).

Quando diferentes ramos do mercado em geral buscam oferecer exatamente isso para agregar valor aos seus produtos (Pine; Gilmore, 2001), a música tem integrada a sua cadeia produtiva um espaço definitivo para a partilha de emoções. Os concertos ligam elementos como a fruição em um contato direto com execução musical, assim como permite a aproximação entre pessoas de gostos de semelhantes, criando uma circunstância diferenciada. Dessa forma, soa natural que o consumo de música passe agora por uma valorização dos shows (Herschmann, 2010c).

Steven Connor (2000) ironiza que em um show em larga escala, como os de Bruce Springsteen, as pessoas tem um contato ao vivo com o telão mais do que com a música, num simulacro baudrillardiano de hiperrealidade. Porém, também resume de maneira eficiente o sentimento de presenciar um espetáculo de música.

Para o fã do rock é, sobretudo, o show ao vivo que parece oferecer essa presença corpórea real não-falsificável, porque aqui — ao que parece — se encontram a vida, a música, os próprios corpos, descobertos e não ignoráveis, não obscurecidos por barreiras de reprodução ou de representação. (Connor, 2000, p.125)

O êxtase da presença, por compartilhar de um momento único, é fundamental na atualização do grupo e do sentimento de coletividade. Em circunstâncias em que o virtual é um dos eixos básicos de socialização, a expressão “real” passa a ser diferencial para os grupos. Dessa forma, os encontros musicais presenciais seriam fundamentais para a legitimação dos sentimentos de um determinado grupo (Herschmann, 2010b).

Diante dessa situação é cada vez mais comum que as “gravadoras” busquem abarcar em seus contratos artísticos o gerenciamento das carreiras, com uma porcentagem significativa sob os rendimentos ao vivo. Enquanto antes se fazia show para vender CDs, hoje estes viram meros brindes ou recordações da experiência dos concertos (Herschmann, 2007b).

Obviamente, a viabilidade econômica da “experiência” dos festivais passa pelo crivo do seu público e pela capacidade que estes eventos têm de mobilizá-los em conjunto, o que é ainda mais essencial para os independentes.

Da mesma forma, a criação de tais espaços também se torna estratégica para o desenvolvimento local, envolvendo a população e atraindo visitantes.

Connell e Gibson (2003) posicionam os festivais de música como "como características comuns do setor de turismo musical". Em sua opinião, os festivais "fornecem lugares com 'espetáculo' e um senso de 'singularidade'. Eles funcionam para criar redes para os artistas, gerar renda turística, ajudar a regenerar áreas urbanas, ou para melhorar "a consciência cultural e as experiências das populações locais"²² (Larsen; O'Reill, 2005, p.5).

Tal posição permite que os eventos de música ao vivo tenham reflexos bem maiores que no período em que unicamente se realizam. Ao promover a interação social entre pessoas com gosto semelhante, formam novos grupos de consumidores, identificados agora numa coletividade. O resultado da formação de uma fatia de público mais sólida permite o surgimento de outras iniciativas culturais do gênero, motor para a criação de novas cenas/circuitos culturais em localidades carentes de opções, como é o caso analisado do interior do Brasil que vem sendo o ocupado pelos festivais.

Como pode se observar no capítulo a seguir, o ao vivo ocupa diferentes papéis na história recente da música, definida pela dinâmica do consumo cultural, fazendo diferentes caminhos até retornar a essa posição economicamente valorizada dos concertos na atualidade.

²² No original: Connell and Gibson (2003) position music festivals as 'common features of music tourism industries'. In their opinion, festivals 'provide places with 'spectacle' and a sense of 'uniqueness'. They function to create networks for performers, generate tourist income, help regenerate urban areas, or to enhance 'the cultural awareness and experiences of local populations' (Larsen; O'Reill, 2005, p.5).

2. ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE OS CONCERTOS AO VIVO

Quando apontamos uma valorização da música ao vivo nesse contexto de transição na indústria da música, é importante pensar de que maneira a execução e a escuta musical se transformam historicamente. Tais mudanças estão necessariamente ligadas ao desenvolvimento tecnológico, que permitiu a ‘materialização’ da música em si, permitindo, então, a organização do que temos chamados de indústria da música.

Percebe-se que as performances ocupam diferentes posições dentro da organização da produção musical, seja como principal meio de difusão cultural, passando pela ação de complementaridade junto ao comércio de fonogramas, chegando a sua revalorização econômica pela perspectiva da experiência.

Sobre o *ao vivo* em si, a utilização do termo no campo musical apresenta novas facetas e nuances²³. Chamar a atenção para essa forma de performance musical enquanto particular, valorizada pelo seu aspecto de experiência, faz sentido quando colocada em contraposição a um não ao vivo, que seria a realidade da música gravada. Logo, nessa dupla relação, percebemos que tal diálogo apresenta diferentes articulações e a mútua influência nas maneiras de se produzir e consumir música.

Um dos primeiros pontos a se pensar como definição é o de que, como destaca Sérgio Freire, “os concertos, nos moldes em que foram concebidos no século XIX, são eventos que têm como um de seus pontos fortes os desafios enfrentados ao vivo por um intérprete na concretização de uma obra musical” (2003, p.1).

Antes de falar da organização desses concertos concentrados em eventos como os festivais, voltemos mais no tempo. Sem se prender aos aspectos iniciais das apresentações musicais e da sua importância na

²³ Sérgio Freire (2003, p.1) destaca que, “se a oposição tradicional ao “ao vivo” é feita pela noção de gravado, não é raro encontrarmos também a menção de uma gravação ao vivo; neste caso trata-se de uma gravação de um evento limitado no tempo e espaço (um concerto, p. ex.), em oposição a uma gravação montada a partir de excertos de diferentes execuções, ou como resultado da superposição de partes gravadas de modo não sincrônico. Mas nem mesmo a copresença em um determinado evento é garantia da experiência ao vivo, pois pode-se estar presenciando uma atuação musical com playback, seja total ou parcial”.

formação da cultura dos povos²⁴, encontramos uma primeira alteração fundamental no desenvolvimento da imprensa com Gutemberg, em 1455, que permitiu posteriormente a reprodução das partituras.

Como comenta lazzetta (1997), não só a história da música, mas como da cultural ocidental em geral, transcorria em um plano de desenvolvimento fechado sobre si mesmo, em um sentido forte de comunidade.

As apresentações musicais eram os espaços da produção e difusão, sem uma divisão clara entre os que ouviam e os que realizavam a música. Funcionavam como uma atividade de aspecto comunitário, e não possuíam, geralmente, locais determinados para acontecer, sendo vivenciadas no cotidiano.

Tal envolvimento de todos os membros do grupo fazia-se necessário, uma vez que era a única forma de conservação da memória cultural. “Por meio da oralidade, os limites geográficos da cultura eram, em última instância, os limites do alcance da voz. O mesmo pode se inferir em relação à música que, salvo quando carregada pelos viajantes, mantinha-se circunscrita a uma determinada comunidade” (lazzetta, 2001, p. 201).

A partir disso, podem-se entender as possibilidades que chegaram com a imprensa.

O surgimento da imprensa criou mecanismos para a transmissão do conhecimento que não mais dependiam da *tradição* recontada inúmeras vezes, mas que se desenvolviam pela *reprodução* do que foi dito anteriormente. O acúmulo de experiências passadas garantiria o sucesso das ações no futuro. Surge então uma projeção temporal no sentido de preservar o que veio antes e de projetar o que virá a seguir. De fato, passado e futuro passaram a determinar o presente. O armazenamento do conhecimento em diversas instâncias - o museu, a biblioteca, as paredes das catedrais, as enciclopédias e, mais tarde, as fotografias, os discos e finalmente os *bits* computacionais - levou ao surgimento da idéia de arte para ser adorada e preservada (lazzetta, 2001, p. 201).

Com essa perspectiva de futuro, a arte agrega valores como originalidade, unicidade, o que organiza um sistema de diferenciação não apenas de valor estético, mas também econômico. Se a única forma de contato com as obras musicais era através das performances, com a chegada imprensa, o registro nas partituras possibilitava a conservação e posterior

²⁴ Exemplo os festivais na Grécia Antiga, que possibilitaram a consolidação da música em si.

reprodução. “O ingresso para um concerto durante o qual se pode efetivamente escutar uma obra de Beethoven vale muito menos que um pedaço de papel contendo um manuscrito do compositor”. (Iazzetta, 2001, p.201)

Para Iazzetta, a mudança é radical, pois com o registro e reprodução (primeiro através da partitura e, depois, pelos processos de gravação), “a memória dá lugar à precisão da escrita e os detalhes passaram a habitar a composição” (2001, p.203).

Cabe ressaltar que isso não se efetiva de forma tão automática à música.

Para tornar-se mercadoria a arte teve de ser materializada em um produto potencialmente comercializável. Se isso não se apresentou como problema em relação à pintura ou à literatura, cujos suportes materiais são duradouros e facilmente manipuláveis, por outro lado é bastante relevante em relação à existência efêmera da música. Obviamente, o registro na partitura veio colaborar com esse processo de materialização da música, mas enquanto o livro ou o quadro ofereciam imediatamente a obra a quem quisesse apreciá-la, a partitura demandava ainda a etapa mediadora da performance. Até o início do século XX, a projeção da performance se dava no mesmo patamar das transmissões de conhecimento da cultura oral da Idade Média em que para se conhecer algo era necessário estar presente, estar diante do fato ou da obra de arte, cujo único registro que se mantinha após sua apreciação era o da memória (Iazzetta, 2001, p.201).

Diante disso, o modo de escuta também se altera. Antes integrado a todos os sons e atividades do cotidiano, agora se transforma em uma escuta silenciosa e atenta, “alimentada pelo ritual do concerto”.

Até o advento dos sistemas de gravação neste século, o contato com música se dava primordialmente através da performance. O ouvinte, mesmo que não envolvido diretamente com a produção sonora, participava da realização musical ao reconstruir internamente, não apenas seqüências de notas produzidas pelos instrumentos musicais ou as estruturas formais da composição, mas todo o universo gestual que os acompanha, pois a música era fruto dos corpos que a produzem e era impossível, para o ouvinte, ficar alheio à presença desses corpos (Iazzetta, 1997, p.28).

Sendo “necessário” o contato ao vivo, o aprendizado musical era um dos focos essenciais para a popularização das obras, principalmente através da leitura e execução das partituras. Em seu ensaio *Musica Pratica*, Barthes (1977) distingue entre dois tipos de música: a que é para ser ouvida e a que é

para ser tocada. Para a última, o autor imagina uma atividade corporal e sensual muito mais do que auditiva.

Gradativamente, na cultura ocidental, a atividade musical vai perdendo seu aspecto coletivo inicial, dando lugar à sujeição da maioria ao papel unicamente do ouvinte. Se isso ocorre com a presença dos virtuosos, dos extremamente treinados para executar as obras e compor novas, posteriormente é completada com a chegada da gravação.

O concerto, ou a performance ao vivo, solidificou uma forma de relação intérprete e ouvinte: se por um lado ambos desempenham papéis bastante distintos - tocar e ouvir - por outro, a realização musical ocorre da interação de ambos durante o concerto. As formas gravadas de música, entretanto, vão alterar esta relação e, de certa forma, remodelar a atuação do intérprete e do ouvinte (Santini, 2006, p.30)

A invenção do fonógrafo por Tomas Edison em 1887 permite finalmente a reprodutibilidade da música através de um suporte físico. Nesse momento, a experiência cultural (Mowitt, 1987) se desloca da ênfase no processo de produção (composição e interpretação) para a recepção (audição).

As mudanças provocadas pelo desenvolvimento tecnológico das primeiras décadas do século XX (instrumentos elétricos, discos e gravações, o rádio e o cinema) transformaram sensivelmente a história da música, pois sua fixação em um meio material mexe com toda a sua natureza. “Essa revolução é apenas comparável ao surgimento da escrita musical” (Mowitt, 1987).

A reprodução técnica pode colocar a cópia em situações impossíveis para o original. A produção e a reprodução de cópias podem aproximar as pessoas da obra, sob a forma do registro em disco de vinil. A catedral abandona seu lugar para instalar-se no estúdio de um amador e o coro, executado em uma sala ou ao ar livre, pode ser ouvido em um quarto (McLuhan apud Santini, 2006. p.53).

As pessoas partilham menos do processo direto de criação, ativo, como nos períodos ‘comunitários’ da música. Porém, a posição de ouvinte não é necessariamente secundária no processo de criação. Ao contrário, o direcionamento passa a ser justamente a ele, reforçando o comentário de Mowitt de que as “condições de recepção de fato precedem o momento de produção” (1987, p. 176).

Torna-se saliente aqui o fato de que é incomensuravelmente maior o número de pessoas que *ouvem* música do que o número de pessoas que *fazem* música. Mais do que um dado quantitativo, isso reflete uma transformação no espaço sociocultural: a música é produzida primordialmente para ser ouvida e não para ser tocada, e os processos de composição e interpretação passam a ser os *meios* pelos quais isso se realiza. Essa projeção na direção do ouvinte é realçada pelos processos de reprodução que vão impor, de certa forma, os padrões de recepção (Iazetta, 1997, p. 25).

Interessante notar, como destaca Thompson (1995), que a meta inicial dos sistemas de reprodução era justamente uma “fidelidade” a estética das apresentações ao vivo, ou seja, gerar a mesma experiência auditiva.

O prazer de ouvir música parecia estar relacionado com a sensação de participação de uma apresentação musical. Esta era a aposta do negócio fonográfico: acreditava-se que o que deslumbrava o público era a verossimilhança da execução da música do disco com a realidade, ainda que isso incluísse os ruídos que acompanhavam os primeiros discos (Santini; Lima, 2005, p.3).

Como percebe McLuhan, “quando uma nova tecnologia atinge uma sociedade, a reação mais natural é agarrar-se ao período imediatamente anterior em busca de imagens familiares e reconfortantes” (apud Santini, 2006, p.53). Com o passar do tempo, isso dá lugar ao padrão de escuta disponibilizado pelos suportes tecnológicos associados à música, diferenciando uma experiência da outra, o que se torna determinante para a produção musical.

O termo fidelidade - cuja existência pressupõe uma relação de igualdade ou semelhança com algo - é ainda utilizado, especialmente na indústria fonográfica e de áudio, mas seu significado tornou-se reflexivo e inconsistente: a fidelidade de uma reprodução não é estabelecida pela comparação com seu original, mas em relação ao padrão imposto pela própria tecnologia de gravação (Iazetta, 1997, p.31).

Como lembra Santini (2006), a “música mecânica” do fonógrafo foi acolhida ou retratada por seus diferentes aspectos em relação às performances. Por um lado, estava o entusiasmo com a possibilidade de democratização do acesso à música, bem como o intercâmbio entre as produções de diferentes lugares e culturas. Por outro, alguns consideravam a

música reproduzida pelo disco como fria, vazia de expressão.

O compositor húngaro Béla Bartók, mesmo sendo um entusiasta do uso dos novos meios de gravação e reprodução, se preocupava profundamente com a música mecanizada substituindo a realizada “ao vivo”. “A gravação do gramofone tem com a música que a originou a mesma relação que tem a fruta enlatada com a fruta fresca; uma não contém vitaminas, a outra contém. A música mecânica é uma produção industrial, a música ao vivo é um artesanato individual” (Bartók, 1976, p. 298).

Aproveitando o aspecto “enlatado”, Schloezer analisa a situação por outro viés.

Embora ambos tenham características diferentes, as pessoas passam a aceitar os discos como substitutos dos concertos ao vivo, assim como passaram a usar conservas no lugar de alimentos frescos: tudo por uma questão de hábito e comodidade. Os sons “distorcidos” produzidos pelo fonógrafo passam a ser o padrão de qualidade sonora dos ouvintes à medida que estes se habituem às características desse novo meio (Schloezer apud lazetta, 1997, p.32).

É então com a venda de “música enlatada” que se consolida o que temos conceituado como indústria da música, percebendo as relações econômicas e culturais que se fazem presentes na cadeia da produção-circulação-consumo de música a partir disso. Obviamente, o ao vivo é agregado a tudo isso e ainda aparece como espaço valorizado. Porém, as apresentações ganham diferentes status e funções de acordo com a conjuntura social e mesmo de mercado, seja pela experiência em observar a performance dos músicos, o contato “direto” com seus artistas preferidos, ou para a divulgação do trabalho para aumentar o retorno financeiro com os discos, ou mesmo para serem descobertos por uma gravadora.

Fato é que um pouco de cada um desses pontos será importante para entendermos as características que os festivais de música viriam a ganhar no Brasil e no mundo, do século XX para cá.

2.1 O espaço dos festivais

Existe um tom eufórico nas matérias que retratam o *boom* dos festivais *indies*. Quando não é o grito de liberdade de que “Chegou a hora e a vez dos

independentes”, temos a ênfase em uma “Nova Era dos Festivais”. Com o mínimo de bagagem cultural ou algumas dezenas de anos de vida, reconhece-se facilmente de quais festivais se pretende fazer memória.

Os festivais da música popular brasileira (ou da canção, dependendo de quem os promovia) remontam à febre, principalmente, dos anos 60, das disputas acaloradas entre músicos e suas canções, das plateias lotadas, das TVs que os produziam e os transmitiam para todo o país. A indústria da música se aliava aos grandes meios de comunicação e, dentre todos os fenômenos e polêmicas, consolidava compositores e intérpretes como Elis Regina, Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Geraldo Vandré.

Falar em festival no Brasil está automaticamente ligado a toda essa tradição, de muitas nostalgias e extensos estudos (Napolitano, 2004; Ribeiro, 2002; Homem de Mello, 2003; Vilarino, 1999).

Porém, como provoca Herschmann em seus trabalhos sobre o independente, “nunca houve tantos festivais de música popular no Brasil, nem mesmo no tempo em que Nara Leão usava saia acima do joelho e Sérgio Ricardo atirava o violão na platéia” (2010c, p.134).

Para o autor, os atuais festivais *indies*, no geral, têm a mesma função dos realizados no passado: “revelar novos talentos”. No mais, diferem muito, principalmente devido às transformações já apresentadas inicialmente neste trabalho.

A década de 1960 do século passado foi o período em que a televisão se consolidou como principal meio de divulgação de música popular, superando o rádio. Os festivais eram promovidos por emissoras de tevê e possibilitaram que artistas como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Nara Leão e Chico Buarque passassem a fazer parte do grande *business* da música. É interessante constatar que hoje o contexto mudou: o conceito de *mainstream*, por exemplo, não existe mais. Além disso, não só a internet vem substituindo o rádio e a televisão como principal meio de divulgação de música; mas também as grandes gravadoras enfrentam dificuldades financeiras, e os artistas, novos ou não, sobrevivem, sobretudo, através de concertos e a presença em circuitos e cenas alternativas (Herschmann, 2010c, p.135).

Para o presente estudo, passa a ser importante retomar em parte a história dos eventos no Brasil tido como festivais, e organizar algumas diferenciações entre os principais deles.

Ainda segundo Herschmann, na história da Música Brasileira, dois momentos seriam os mais marcantes para os festivais.

a) um primeiro – nos anos de 1960 (Festivais da Canção, na TV Excelsior e Record) e nos de 1980 (Festival da Nova Música Popular Brasileira, mais conhecido como MPB 80, na TV Globo) – organizado pelas emissoras de televisão (e com apoio das grandes gravadoras e de outros veículos de comunicação de massa) e em moldes competitivos; b) e, um segundo, na primeira década do século XXI (se bem que estavam já presentes desde os anos de 1990), no qual os eventos são formatados na forma de mostras/feiras, organizados por coletivos de artistas e produtores (independentes), com o apoio de associações e que se utilizam - para captar recursos públicos e privados - leis de incentivo e editais de cultura e que são veiculados especialmente em mídias alternativas (a grande maioria dos conteúdos veiculados através da internet). (Herschmann, 2010c, p.134)

A partir disso, podemos pensar em duas classificações básicas entre os eventos: festival enquanto mostra e festival enquanto competição.

Como aponta Zuza Homem de Melo (2003), a primeira forma se caracterizaria pela reunião de exposições artísticas em um período de tempo determinado, e aglomeradas por um gênero musical em comum, ou área artística predominante.

Nesse modelo de festival não existe competitividade, sendo assim mais uma feira de amostras de um setor da arte. Seu objetivo é oferecer, em curto espaço de tempo, a oportunidade de acesso a novas tendências, a novas obras, ao que está em voga, ou ainda, num sentido diametralmente oposto, visitar a obra de artistas amplamente consagrados. (Homem de Melo, 2003, p.13)

Um exemplo básico seriam os Festivais de Jazz, que em meados dos anos de 1950, se espalharam de maneira estrondosa pelo mundo todo. Atualmente, além dos festivais *indies* aqui tratados, a maioria dos eventos mais conhecidos de música é nesse formato: *Glastonbury*, na Inglaterra, *Coachella*, nos Estados Unidos, *Rock Werchter*, na Alemanha, ou mesmo o *Rock in Rio*, no Brasil (às vezes em Portugal e na Espanha), só para ficar em alguns exemplos mais esteticamente próximos.

No Brasil, o *I Festival da Velha Guarda*, em 1954, é tido como pioneiro no gênero (Homem de Melo, 2003). Promovido pelo cantor e radialista Almirante, reuniu na *Rádio Record* de São Paulo artistas como Pixinguinha, João da Baiana, Donga e outros importantes nomes das décadas passadas. O

evento realizado no Teatro Colombo, localizado no tradicional bairro do Brás, e no Parque Ibirapuera, teve grande repercussão, sendo que no ano seguinte viria a ter o apoio da TV Record.

Já no segundo modelo de festivais, o que marca a grande diferença é a competitividade. Homem de Melo, primeiramente, cita os exemplos dos festivais de cinema de Cannes e Veneza. “Por mais que disfarcem, os concorrentes buscam a vitória” (2003, p.15).

Dentro da música, e ainda sendo realizados, o *Festival della canzone italiana* de San Remo, na Itália, o *Festival Internacional de la Canción* de Viña del Mar, no Chile, o *Concours Eurovision de la Chanson*, na França, seriam exemplos de competições relevantes.

Historicamente, os festivais da canção têm parentescos que apontam até mesmo para o final da década de 10.

Esse conceito de festival de música popular ou de festival de canção, que se estabeleceu nos anos 60, já existia no Brasil, embora com outro título: eram os concursos de músicas carnavalescas promovidos com sucesso no Rio de Janeiro na década de 30, embora em 1919 já tivesse se realizado, sem muita repercussão, um concurso organizado por Eduardo França (Homem de Melo, 2003, p. 14).

A abundância de composições destinadas a animar o carnaval instigou a *Casa Edison do Rio de Janeiro*, responsável pela gravação dos discos Odeon, a realizar uma competição em 18 de janeiro de 1930. A marcha de Ary Barroso "Dá Nela" seria premiada com 5 contos de réis. No mesmo ano, a revista *O Cruzeiro* faria o seu certame, com a premiação de 2 contos de réis para o samba de Lamartine Babo, "Bota o Feijão no Fogo".

Os concursos seguiram os anos entre grandes composições, polêmicas e mesmo “marmeladas”. “O auge dos concursos carnavalescos foi mesmo nos anos 30. Nos vinte anos seguintes houve muita marchinha e muito samba que nem vale a pena lembrar” (Homem de Melo, 2003, p.16)

Sob a herança do modelo, temos a onda de festivais de música popular brasileira entre 1965 e 1985. A diferença destes para os concursos citados é basicamente quem os promovia: as grandes emissoras de TV passam a tomar o lugar ocupado pelas rádios na consolidação de artistas em conjunto com a indústria fonográfica (Ribeiro, 2002).

2.1.1 A era dos festivais da canção

Contrariando os relatos que apontam o *I Festival da TV Excelsior*, em 1965, como o primeiro evento competitivo de canções realizado por uma emissora, Homem de Melo (2003) relembra, no final de 1960, do *I Festival da Rede Record*, realizado em conjunto entre a rádio e TV de mesmo nome.

No “confuso conglomerado de salinhas e salões, corredores, escadinhas, passagens e puxados” do prédio da *TV Record*, teve início a idealização do evento, com inspiração direta da Itália.

Em 1959, Tito Fleury, radialista, visitou o *Festival di San Remo*, realizado ao ar livre, e aberto a compositores italianos e cantores do mundo. Idealizado pelo floricultor Amilcare Ribaldi em 1946, somente se concretizou em 1951, através da iniciativa do diretor do Cassino de San Remo, Pier Busset, associado ao maestro da RAI, Giulio Razzi. Entre 29 e 31 de janeiro de 1951, foi realizada a modesta primeira edição no salão de festas do Cassino, com entradas a 500 liras que davam direito a assistir ao espetáculo e a um jantar. Foi vencido por Nilla Pizzi com "Grazie dei Fiori" e divulgado apenas pela rádio. Quando foi transmitido pela televisão italiana em 1954, o Festival deu um passo vital para seu desenvolvimento, mas foi a partir de 1958 que ele passou a exercer um papel de grande importância na música popular do país, marcando o fim da tradicional "canzone alPitaliana". Nesse ano, surgiu um compositor e cantor vitorioso que levou às Américas e aos quatro cantos a nova canção italiana que surgia. Quando Domenico Modugno cantou "Volare, oh oh", o mercado internacional se abriu para a música e até para o turismo na Itália (Homem de Melo, 2003, p.18).

I Festa da Música Popular Brasileira, realizada no Guarujá foi marcada por quatro dias de programação cheia, que na sua imensa maioria nada tinha a ver com música. Entre as 21 composições finalistas que concorreram e, mesmo entre os músicos que as interpretaram, a repercussão musical foi mínima. A "Canção do Pescador", de autoria do pianista carioca Newton Mendonça, pouco conhecido na época, seria a campeã. Porém, até mesmo o prometido LP do festival nunca saiu.

Nos quatro anos seguintes, de 1961 a 1965, a música na cidade de São Paulo iria passar por uma substancial transformação, rotulada na imprensa como movimento de integração da música popular. Sem se identificar como uma tendência, essa transformação foi se dando gradativa e espontaneamente em bares e teatros, na televisão e nas rádios paulistas, com a mudança dos programas de "palco-auditório"

para os de estúdio (Homem de Melo, 2003, p.31).

A intensa movimentação cultural da cidade, com a vinda de nomes consagrados ou de talentos até então promissores, encontrou na ambição e no senso de oportunidade de um produtor como Solano Ribeiro, então na líder *TV Excelsior*, o espaço para que os festivais chegassem à medida certa para o sucesso em 1965.

A referência para Ribeiro era novamente o *Festival de San Remo*. Tomando como base o regulamento italiano, o produtor modificou um ponto fundamental, incentivando a inscrição dos próprios músicos. “Quem inscrevia as músicas em San Remo eram as editoras e gravadoras, em função de seu interesse em investir em novos compositores de sua escolha, que assim acabavam dominando o festival” (Homem de Melo, 2003, p.31).

Ribeiro mesmo pondera em seu livro *Prepare seu coração* sobre sua preocupação com relação à indústria fonográfica.

No Brasil, as gravadoras eram em geral ligadas às suas matrizes internacionais, que por sua vez direcionavam a política e a filosofia do que deveria ser gravado e tocado nas rádios. Na minha avaliação, eu não conseguiria fazer um trabalho isento se dependesse da indústria do disco, embora soubesse que, no caso de sucesso do festival, ela seria sua maior beneficiada, e afinal esse sucesso, mais para frente, dependeria do interesse dessa mesma indústria pelos artistas e músicas que eu iria lançar (Ribeiro, 2003, p. 67).

Tendo como base sua experiência de que “havia uma geração de extraordinários compositores novos para serem lançados no mercado, assim como um público predisposto a aceitar músicas, músicos e cantores desconhecidos” (Homem de Melo, 2003, p.59), abriu espaço para que os próprios compositores inscrevessem suas obras. O foco de seleção se daria nos intérpretes, um dos principais pontos que viria a diferenciar da repercussão incipiente do festival promovido pela *Rede Record* em 1960. Então, basta adiantar que a “Arrastão”, composta por Edu Lobo e Vinicius de Moraes, foi cantada por Elis Regina. A artista gaúcha que já vinha tendo destaque anteriormente, se consolidou como um dos maiores fenômenos da música brasileira a partir de uma performance noticiada como “épica” no festival.

“Arrastão” deu um novo rumo para a música popular brasileira (mais

tarde alcunhada MPB) e foi o ponto de partida da música na televisão, um espaço que não existia antes. A despeito de a audiência não ter sido espetacular, a partir do Festival da TV Excelsior, a música brasileira pela TV não seria mais a mesma. Os quase sonolentos programas em que um grande cantor ou cantora se apresentava durante meia hora num cenário de gosto discutível, mesmo com uma mulher admiravelmente fotogênica como Maysa, chegavam ao fim de uma era. No novo modelo, havia um outro elemento: o público. Nascia, embora timidamente, um novo gênero de programa de televisão, no qual a platéia se manifestava e torcia. Como no futebol, havia a competição. Em vez de jogadores e times, cantores e compositores. Em vez de estádios, os auditórios. Nascia uma nova torcida no Brasil, a torcida pelas canções. A partir do I Festival da Excelsior, programa musical na televisão brasileira seria outra coisa. Uma coisa única no mundo. E ainda mais: pela primeira vez na história da televisão brasileira, quem estava em casa tinha um contato direto com o que acabava de sair do forno, a nova usina de produção da música popular, a privilegiada geração dos anos 60. Esse público tinha liberdade de avaliar de imediato a nova canção, influenciado ou não pelas platéias. Liberdade de avaliar era um direito de cada cidadão, num país em que a liberdade de pensar vinha sendo tolhida pouco a pouco havia quase um ano (Homem de Melo, 2003, p.73).

No *I Festival de Música Popular Brasileira da TV Excelsior*, realizado também no Guarujá, o lugar “chique” no litoral da paulista da época, não faltaram nomes que se tornariam recorrentes nas competições posteriores, bem como permanentes até hoje na música brasileira: Baden Powell, Caetano Veloso, Chico Buarque, Wilson Simonal, Geraldo Vandré entre outros.

Durante toda a década de 60, centenas de pessoas participaram dos festivais de música promovidos pelas redes de televisão *Tupi*, *Excelsior*, *Record* e *Globo*. Milhares assistiam pela TV. O formato definitivamente era um sucesso, tanto para os meios de comunicação quanto para indústria fonográfica. Para as empresas, patrocinar os eventos era uma forma única de conseguir evidência e agregar valor à marca.

Os festivais, portanto, eram um produto de grande popularidade para as emissoras de televisão. Ao mesmo tempo, atesta-se analisando a historiografia dos festivais, que os artistas e profissionais envolvidos estavam conscientes da importância daquele espaço de visibilidade e consagração (lembrando que o mercado da música era ainda incipiente de consumo local) (Herschmann, 2010c, p.134).

A densidade histórica colabora ainda mais para entendermos a importância circunstancial que ganhavam as competições. O contexto histórico pós-golpe militar de 64 será uma constante durante toda a sua história. A

ditadura acompanhava de perto o espaço de manifestação popular através da cultura, percebendo entre as composições a possível ameaça de “subversão”.

Portanto, a esfera da cultura era vista com suspeição a priori, meio onde os “comunistas” e “subversivos” estariam particularmente infiltrados, procurando confundir o cidadão “inocente útil”. Dentro dessa esfera, o campo musical destacava-se como alvo da vigilância, sobretudo os artistas e eventos ligados à MPB (Música Popular Brasileira), sigla que desde meados dos anos 60 congregava a música de matriz nacional-popular (ampliada a partir de 1968, na direção de outras matrizes culturais, como o pop), declaradamente crítica ao regime militar. A capacidade de aglutinação de pessoas em torno dos eventos musicais era uma das preocupações constantes dos agentes da repressão (Napolitano, 2004, p.105).

A juventude se identificava e encontrava nas entrelinhas dos versos, formas de fugir à mordaça do regime. “A plateia dos festivais dava a certas canções um conteúdo revolucionário. A partir daí, as músicas de festival passam a ter como bordão o protesto contra a ditadura militar” (Homem de Melo, 2003, p.222).

Como se vê, não obstante a Era dos Festivais tenha começado num contexto de regime militar, a sociedade civil, e mesmo os setores culturais, não haviam sido atingidos fortemente. A partir de outubro de 1965 é que se sente um avanço do poder repressivo do regime militar sobre a sociedade, pois, ao AI-2, segue-se o AI-3, em fevereiro de 1966. Quando o Congresso é fechado, em outubro de 1966, eclodem as primeiras manifestações estudantis, coincidentemente às vésperas do II Festival da TV Record. É a mobilização de estudantes universitários e secundaristas ao se articularem com as áreas culturais de música, teatro e cinema de uma forma geral. Os setores artísticos e estudantis convivem com formas de manifestação e de rejeição ao regime militar (Homem de Melo, 2003, p.289).

Os festivais crescem na mesma medida em que a repressão aumenta. Em 68, com a instituição do AI-5, e a prisão ou exílio de diversas figuras importantes do cenário cultural, os eventos só aumentavam. Além dos dois da *TV Record* e do *FIC* da *TV Globo*, outros tantos integraram o calendário do ano: *I Festival Universitário da Guanabara* pela *TV Tupi do Rio*, o *I Festival Universitário de Música Popular* em Porto Alegre, o *II Festival Fluminense da Canção* em Niterói, o *I Festival de Juiz de Fora*, o *Brasil Canta no Rio* pela *TV Excelsior*, o *II Festival Estudantil* no Teatro João Caetano, o *II Festival Estudantil Petropolitano de Música Popular* e outros mais.

Porém, depois disso, a bolha dos festivais não aguentou e foi

murchando progressivamente. Em 1969, o festival da *TV Record*, o mais lembrado da época, teriam sua última edição premiando Chico Buarque e sua poética da incomunicabilidade em “Sinal Fechado”.

Nos anos 1970, o desgaste político e a queda de público finalizaram com a sequência de festivais. A então líder absoluta *TV Globo*, com o seu *VII Festival Internacional da Canção*, foi alvo de inúmeras críticas em 1972, sacramentando o fim dos eventos. “Por que os festivais foram interrompidos? O criador dos festivais, Solano Ribeiro, responde: ‘Porque a Rede *Globo* ficou cansada de resolver problemas políticos. A *Globo* se desinteressou por festival. Preferiu parar e parou’” (Homem de Melo, 2003, p.433). Nos anos seguintes foram realizados festivais esparsos e sem continuidade.

Frente à crise de um mercado fonográfico saturado, a mesma *Rede Globo*, acusada de sepultar os festivais, viria a tentar ressuscitá-los com o *Festival da Música Brasileira*, em meados de 2000. Como “a tônica de seus objetivos sempre oscilava entre razões comerciais (no caso, uma saturação mercadológica) e uma necessidade de renovação estética como meio de manutenção do próprio gênero música popular” (Tomás, 2001, p.92), o festival não vingou. “Entre os critérios adotados pelo júri, destacaram-se a ênfase em autores e intérpretes desconhecidos e a diversidade de estilos musicais, tais como valsa, experimentações pop, rap, heavy metal, tambor de crioula, samba autêntico, rock, entre outros”. (Tomás, 2001, p.92)

A final do *Festival da Música Brasileira*, em 16 de setembro de 2000, premiou um “rock pobre”, nas palavras do próprio Solano Ribeiro, que também havia retornado à produção. “Tudo Bem Meu Bem”, de Ricardo Soares, foi a vencedora em um festival que não despertou o interesse do público presente e nem da audiência.

Vale dizer ainda que a própria fórmula adotada para arejar a mesmice em que se encontra hoje nossa música popular, revivendo os festivais, talvez não tenha mais sentido, pois nos idos anos 60 e 70 passávamos por um momento de censura e de repressão política que precisava de espaço para a manifestação dos movimentos culturais existente. (Tomás, 2001, p.93)

A era dos festivais da canção atrelados às emissoras de TV não voltaria mais uma vez. Porém, a partir dos anos 1980, os eventos associados a

grandes marcas, trazendo a cultura pop internacionalizada, e os independentes, a partir dos 90, que agiam nas bordas do *mainstream*, começam a construir a articulação dos grandes encontros de música como observamos hoje.

2.2 Os festivais de rock

Diferente dos festivais da canção, os festivais de rock no Brasil possuem bibliografia escassa. A maior parte das fontes são publicações celebratórias, matérias jornalísticas ou algum material na *Internet*. Isso no caso dos eventos *mainstream*, já que nos primórdios dos festivais independentes, a confusão começa pelas datas de realização, uma constante que dificulta pelo menos uma catalogação inicial. Percebe-se que esses eventos em si ainda não foram alvo de estudos teóricos mais aprofundados.

Diante disso, cabe um pequeno relato com a história de alguns dos mais relevantes, pontuando questões que nos parecem interessantes para classificá-los e situá-los dentro da dinâmica da indústria da música.

Dessa forma: pensamos em uma divisão, principalmente de acordo com suas propostas artísticas, suas dimensões, quem os promove e seus objetivos.

2.2.1 Os grandes festivais e seus “conceitos”

Os anos de 1980 seriam a época da redemocratização política, do rock nacional e da chegada dos grandes concertos internacionais ao país.

No Rio de Janeiro, o empresário Roberto Medina tinha o sonho megalomaníaco de criar “o maior evento de música e entretenimento de todos os tempos”, o *Rock in Rio*. Em um terreno de 250 mil metros quadrados, em Jacarepaguá, construiu a “Cidade do Rock”. Com o maior palco do mundo já feito, dois imensos *fast foods*, dois *shopping centers* com 50 lojas, dois centros de atendimento médico e uma imensa infraestrutura. As parcerias com grandes empresas e a arrecadação da bilheteria garantiriam a sua realização.

Se a América do Sul era apenas um roteiro turístico para os grandes artistas, o público de quase 1,5 milhão de pessoas - o equivalente a cinco

Woodstocks – daria uma nova perspectiva.

Realizado pela primeira vez em 1985, em meio a eleição presidencial de Tancredo Neves, marcando o fim de 21 anos de regime militar, o *Rock in Rio* apresentou uma nova receita, um novo conceito de evento, oferecendo ao público brasileiro o *creme de la creme* da música em um mesmo lugar. Mais do que um simples festival, contribuiu significativamente para a consolidação do então nascente rock brasileiro e, ao acabar com a desconfiança quanto à capacidade do Brasil de promover shows de grandes proporções, ajudou a inserir o país na rota das turnês dos astros internacionais que raramente passavam por aqui²⁵.

Entre 11 e 20 de janeiro de 1985, concentraram-se atrações como *Queen*, *AC/DC*, *Ozzy Osbourne*, *Rod Stewart*, *Iron Maiden*, *B-52's*, *Scorpions*, *James Taylor*, *Nina Hagen*, *Whitesnake*, *Yes*, *Barão Vermelho*, *Os Paralamas do Sucesso*, *Lulu Santos*, *Kid Abelha & Os Abóboras Selvagens*, *Erasmus Carlos*, *Ney Matogrosso*, *Moraes Moreira*, *Elba Ramalho*, entre muitos outros.

Na mesma época, a fabricante de cigarros *Souza Cruz* também viria a explorar os festivais de rock com uma de suas linhas de cigarro. O *Hollywood Rock* teve sua primeira edição oficial²⁶ em 1988, realizada na Praça da Apoteose, no Rio de Janeiro, e no estádio do Morumbi, em São Paulo, com quatro noites de shows em cada cidade. Guardadas as devidas proporções em relação ao *Rock in Rio*, mesclava uma proposta estética semelhante. No *line-up*, artistas brasileiros como *Titãs*, *Os Paralamas do Sucesso*, *Ultraje a Rigor*, *Ira!*, *Lulu Santos* e *Marina*, e convidados internacionais *UB40*, *Duran Duran*, *The Pretenders*, *Supertramp*, *Simple Minds* e *Simply Red*.

Assim como o *Rock in Rio*, até sua última edição em 1996 (em 1989 e 1981 não houve evento), o *Hollywood Rock* contou com a cobertura da *Rede Globo*, que também transmitia parte das atrações. Sua quarta edição, em 1993, é considerada a mais importante, pois em meio ao sucesso comercial do *grunge*, trouxe ao Brasil *Nirvana*²⁷, *Alice in Chains* e *L7*, junto com *Red Hot*

²⁵ Disponível em: <http://cdn.rockinrio.com.br/pt/live/pdf/2011-08-12-Release-Livro-Rock-in-Rio.pdf>. Acesso em 10 de out. 2011.

²⁶ A não-oficial teria sido em 1975, no campo do Botafogo, no Rio de Janeiro. Organizado por Nelson Motta, o festival contou apenas com artistas nacionais, como Celly Campelo, Erasmo Carlos, Raul Seixas, Rita Lee & Tutti-Frutti e os Mutantes. Durante os quatro sábados em que foi realizado, teria recebido 10 mil pessoas por dia, segundo a organização.

²⁷ Em entrevista, o vocalista da banda Ratos de Porão, João Gordo, creditou que o vocalista da banda decidiu sabotar os shows após saber que o evento na verdade era promovido por uma marca de cigarros que não apoiava as bandas do *underground* e que tinha ingressos caros. Para mais <http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/855848-ha-18-anos-nirvana-realizava->

Chili Peppers e *Simply Red*. O público, na noite em que tocou o *Nirvana*, foi de 110 mil pessoas, no estádio do Morumbi, em São Paulo.

Em 1991, o *Rock in Rio II* reuniria 700 mil pessoas, em 9 dias de evento, operando sob o mesmo esquema de produção, mas agora no estádio do Maracanã. Depois disso, só em 2001 viria o *Rock in Rio III*. Em uma nova “Cidade do Rock”, construída no mesmo local da primeira edição, com a capacidade impressionante de 250 mil pessoas/dia que poderiam acompanhar as performances em diferentes “tendas” temáticas: música eletrônica (“Tenda Eletro”), música nacional (“Tenda Brasil”, na qual artistas brasileiros apresentavam-se), música africana (“Tenda Raízes”) e música mundial (“Tenda Mundo Melhor”).

O evento recebeu a legenda de “Por Um Mundo Melhor”, o que se marcou com o ato simbólico de observação de cinco minutos de silêncio antes do início das apresentações no primeiro dia do evento. Às 19 horas daquele dia 12 de janeiro de 2000, três mil rádios e 522 TVs silenciaram pela melhoria do mundo. O início e o fim do ato foram marcados pelo toque de sinos e pela libertação de pombas brancas, representando um pedido pela paz mundial²⁸.

O *Rock in Rio* viria a se tornar uma franquia completamente desenraizada da ideia de se realizar, enfim, *in Rio*. Portugal e Espanha teriam suas edições do festival, que só retornaria ao Brasil em 2011. Nesse ano, a “Cidade do Rock” tornaria a ser palco para 160 atrações, com espaço para mais de 700 mil espectadores, ao longo de sete dias. “Utilizando a música como linguagem universal, que une as pessoas em todo o mundo, o *Rock in Rio* é um veículo de comunicação de emoções”, decreta o *release* do evento.

Se o viés da economia da experiência (Pine; Gilmore, 2001) se faz aparente, pode ser acrescentar a tendência de que eventos como este tentem transcender o aspecto musical e do entretenimento, para virarem espaços socialmente responsáveis.

Há 10 anos, o *Rock in Rio* assumiu a responsabilidade de também ser um veículo de comunicação para causas socioambientais com a criação do projeto *Por Um Mundo Melhor*. Em nove edições, milhares de pessoas, no Brasil, em Portugal, na Espanha e em diversos outros

[show-historico-em-sao-paulo.shtml](#)

²⁸ Disponível em: http://assets.rockinrio.com.br/pt/live/pdf/30-09-2011_Atitude_Sustentavel.pdf. Acesso em 7 dez. 2011.

países, foram beneficiadas pelos investimentos provenientes da venda de ingressos do evento e das ações promovidas pelos parceiros, que somam mais de 5 milhões de euros. Entre as ações desenvolvidas foram plantadas mais de 40 mil árvores; foram construídos uma escola, na Tanzânia, e um centro de saúde no Maranhão. O *Rock in Rio* também formou 3.200 jovens no ensino fundamental, no Rio de Janeiro; colocou 760 painéis solares em escolas públicas, em Lisboa; e montou 14 salas sensoriais em ONGs para atender crianças com deficiências mentais e visuais. Além disso, desde 2006, o *Rock in Rio* se compromete a compensar 100% das emissões de CO2 do evento — com auditoria da Deloitte — e investiu num plano de redução de emissões, que incluiu a elaboração de um manual de boas práticas para patrocinadores e fornecedores, o qual vem sendo aperfeiçoado a cada edição e é utilizado até hoje em todos os países onde é realizado²⁹.

O mesmo acontece com o recente festival *SWU*. O nome é a sigla para *Starts With You*, conceito que busca mobilizar o público desde a sua primeira edição em 2010, em uma fazenda em Itu, interior de São Paulo.

Idealizado pelo publicitário Eduardo Fischer, o evento era cercado pela expectativa de ser uma versão brasileira do lendário *Woodstock*, o que não se concretizou.

O *SWU Music & Arts Festival* coloca a bandeira da sustentabilidade em primeiro plano. Diversas atividades são realizadas visando à conscientização do público e à redução do impacto ambiental do evento. Além disso, durante os três dias do evento, é realizado um fórum sobre sustentabilidade, apresentando debates com especialistas na área ambiental, empresários e artistas.

A distribuição dos shows é feita em dois palcos principais, um palco menor para “novas bandas” e uma tenda eletrônica, além dos espaços para o fórum e outras ações ambientais, lojas, praças de alimentação etc. Assim como no *Rock in Rio*, o financiamento se dá por meio de parcerias com grandes empresas e pela bilheteria com seus ingressos a altos preços.

Na edição de 2011, realizada no “Distrito de Sustentabilidade”, nas cercanias de Paulínia, também no interior de São Paulo, a nomenclatura de festival foi até mesmo sobreposta pelo conceito de um “movimento SWU”, buscando a mobilização expressa no texto de Flávio Rampazzo, no site do evento.

Começa com você” é um slogan bem resolvido. O subtexto disso não seria um “você tem que fazer!”, e sim um “contamos com você”. E

²⁹ Idem

quando (em meio ao anúncio de tantas bandas, DJs e atrações), levamos até você uma notícia de sustentabilidade, ou mesmo um gigantesco Fórum sobre o tema, estamos apenas dizendo: “olha, cara, é possível viver assim!”³⁰

Os grandes festivais percebem de maneira essencial que em um mercado onde a experiência da música ao vivo passa a ser altamente valorizada, outros cenários e questões devem ser integradas para que permaneçam relevantes independentes de suas seleções musicais. De qualquer forma, o que se nota, também, é que boa parte do elemento responsabilidade social gera empatia da comunidade em geral, e garante espaço nos meios de comunicação, mas não representa recepção de público. Para perceber isso, basta observar todas as críticas feitas nas redes sociais à escalação de bandas no *Rock in Rio* ou aos problemas de estrutura no *SWU*, ambos em 2011.

2.1.2 Os pretensos “alternativos”

No mesmo ano do *Rock in Rio*, o Brasil ganharia um evento que já esboçava uma suposta distinção e sofisticação pelo seu nome: *Free Jazz Festival*.

Se o “Jazz” agregava o peso musical diferenciado, o “Free” pagava as contas. O nome era o da marca de cigarros produzidos também pela *Souza Cruz*³¹. O conceito a ser expresso pelo produto encontraria na união com uma produtora musical a visibilidade ideal. “Diferente na abrangência e na grandeza (do *Rock in Rio*), o *Free Jazz* foi um evento proprietário, direcionado a um público de preferências refinadas e que lançou as bases para a atitude de marca na área de entretenimento, tanto conceitual como estruturalmente” (Born, 2011)³².

Como aponta matéria do Estadão.com.

³⁰ Disponível em: <http://www.swu.com.br/blog/2011/08/colunas/redacao-swu/sustentabilidade-nao-se-impoe-se-entende/>. Acesso em 7 dez. 2011.

³¹ Como observa Born (2011), “O nome não tem, portanto, relação direta com a vertente jazzística de Ornette Coleman (Free Jazz) - pelo contrário, o festival foi palco de apresentações bastante variadas, sem se prender a qualquer estilo específico, dando lugar desde o cool jazz de Chet Baker até a música eletrônica do Fatboy Slim”.

³² Disponível em: <http://comatitude.com.br/2011/10/27/free-jazz-festival-lancou-bases-para-attitudes-de-entretenimento-no-brasil/>. Acesso em 10 out. 2011.

O evento foi muito criticado por ser um "falso" festival de jazz, trazendo mais atrações pop do que estrelas do gênero que lhe emprestava o nome. Mas a qualidade do jazz que se ouviu na mostra sempre foi acima de qualquer suspeita. Foi no palco do festival, por exemplo, que o contrabaixista Ray Brown fez um dos seus últimos grandes espetáculos, assim como Art Blakey e Tito Puente. Antenado com as tendências da música eletrônica, o Free Jazz radicalizou essa faceta nos últimos anos, confrontando Kraftwerk com Massive Attack e trazendo rebeldes como Aphex Twin e Roni Size.³³

O *Free Jazz Festival* ocorreu até 2001 em São Paulo e no Rio de Janeiro, no Jockey Club e no Museu de Arte Moderna, respectivamente. Em cada edição, cerca de 30 mil pessoas compareciam para prestigiar artistas como *Stevie Wonder*, *Sarah Vaughan*, *Gil Evans Orchestra*, *The Modern Jazz Orchestra*, *Philip Glass*, *Björk*, dentre outros.

Segundo os organizadores do evento, a alta do dólar em 2002, viria a inviabilizar o fechamento das atrações internacionais, o que causou o cancelamento de sua décima sétima edição. Em 2003, um novo revés: em janeiro, entrava em vigor uma lei antitabagista que proibia que empresas de tabaco patrocinassem eventos culturais. “Em termos estruturais, o festival foi determinante para a criação de uma inteligência voltada à organização de eventos no País, no qual se criou uma rede integrada de produtores, fornecedores, entre outros agentes”.

Porém, as empresas de telefonia móvel viriam a ocupar o filão deixado pelas empresas de cigarros. O *Free Jazz* vira *Tim Festival*, em 2004, evento que se mostrou bem sucedido até a crise econômica de 2008, reunindo diversos artistas do cenário alternativo mundial com atrações nacionais, em apresentações no Rio de Janeiro e São Paulo, bem como com algumas versões menores em Curitiba-PR e Vitória-ES.

Na mesma linha, festivais semelhantes em sua curadoria *indie* aliaram-se a uma marca ou operadora de celulares, a exemplo do *Motomix* (2007-2009), da Motorola, *Nokia Trends*, da Nokia e *Claro que é Rock* (2006), da operado Claro. Quando não são os telefones, são as marcas de cerveja, como no *Skol Beats* (2000-2008), ou empresas de internet, como no *Curitiba Pop Festival* (2003-2004), e *Planeta Terra* (2007-2011), dos provedores Pop e

³³ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2002/not20020812p4222.htm>. Acesso em 10 out. 2011.

Terra, respectivamente.

Tal interesse em financiar eventos do gênero, de certa forma, segue o objetivo de atingir o mesmo público alvo pretendido anteriormente pelas marcas de cigarro.

Os grandes festivais de música brasileiros, cada vez mais têm sido produzidos e patrocinados por empresas de telefonia celular e marcas de bebidas. A música tem ocupado um espaço muito peculiar na relação que essas organizações estabelecem com os meios para se tornarem públicas e populares. A publicidade tem se apropriado da imagem da música, principalmente no gênero pop-rock, para atingir um público jovem potencialmente consumidor e mais aberto às mudanças e novidades do mercado. Os festivais de música no Brasil, com espaço relevante na mídia estão vinculados às empresas de telefonia celular, como é o caso do *Claro que é rock* e o *Tim Festival* (Oliveira, 2006, p.6).

Como aponta o estudo empreendido por Bruna Bittencourt (2006), esses festivais são das grandes corporações.

A maioria deles está concentrada na cidade de São Paulo, e é realizada no segundo semestre do ano, entre outubro e novembro. É só depois do verão americano e europeu que os grupos têm datas disponíveis para se apresentar. A maior parte dos produtores brasileiros não pode competir com os valores oferecidos para os festivais estrangeiros durante essa época do ano e um artista, muitas vezes, precisa para definir outras datas na América Latina para vir ao Brasil. Mesmo que estes festivais tenham bandas brasileiras em suas atrações, os produtores, na maior parte das vezes, procuram os mesmos artistas estrangeiros, assim, inflando os seus honorários, provocando uma espécie de leilão. É importante lembrar que as flutuações da moeda prejudicam estas negociações³⁴ (Bittencourt, 2006, p.496).

As alterações econômicas, bem como as mudanças de estratégias de marketing das empresas promotoras, demonstram a forte instabilidade desses eventos³⁵. Logo, apesar de flertarem com bandas *indies*, não apresentarão as características de festivais independentes, estando condicionados ao

³⁴ No original: The big Brazilian festivals are sponsored by large corporations. The majority of them are concentrated in the city of São Paulo, and held in the second semester of the year, between October and November. It is only after the American and European summer that groups have dates available to make an appearance. The greater part of the Brazilian producers cannot compete with the amounts offered for the foreign festivals during that time of the year and a performer often needs to set other dates in Latin America to come to Brazil. Even if these festivals depend on Brazilian bands in their attractions, the producers often seek the same foreign artists thereby inflating their fees, provoking a sort of auction. It is important to remember that currency fluctuations, as occurred in October, hurts these negotiations.

³⁵ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u595192.shtml>

financiamento das marcas que os nomeiam. Dentre os citados anteriormente, apenas o *Planeta Terra* teve edições consecutivas nos últimos quatro anos, demonstrando a fragilidade da realização perante alterações no patrocínio.

Esses festivais, realizados com forte interesse na questão econômica, irão avaliar a continuidade do evento com base em estatísticas financeiras, se houve retorno de imagem para o patrocinador, se houve lucro na venda de produtos e ingressos, na repercussão na mídia e outros fatores avaliados pelo marketing. (Turano, 2011, p.37)

Nesse contexto, podemos observar a relevância da proposta apresentada pelos festivais de música independente.

A principal diferença entre os Festivais Independentes de Música e os outros são que esses não dependem de um patrocínio exclusivo para acontecer e possuem um envolvimento com o cenário cultural local onde ele acontece. A continuidade é garantida pelo produtor e pela resposta do público ao evento. O começo desses festivais já caracteriza sua maior interação com o desenvolvimento local. Ao contrário dos grandes festivais que começaram através da iniciativa de empresas, os festivais independentes começam a surgir a partir da ação de pequenos produtores/incentivadores culturais/bandas em movimentar o meio musical independente da região. Alguns membros ou produtores de bandas independentes que não tinham espaço para tocar ou tocavam em lugares que a infra-estrutura era precária, decidiram criar um festival na sua cidade para viabilizar esse local de apresentação. Outros motivos foram a ausência local desse tipo de eventos que começavam a estourar em todo o mundo e a vontade de divulgar a cena independente (Turano, 2011, p.37).

2.1.3 A primeira leva dos festivais de música independente

Possuindo características simples até a década de 80, a produção independente brasileira começava uma intensa movimentação e articulação nos início dos anos 90 (De Marchi, 2011). Boa parte da motivação em se buscar alternativas surgia dos exemplos de fora. O rock alternativo vinha se tornando um sucesso comercial com as bandas do *grunge* de Seattle, e uma grande quantidade de bandas do *undeground* tornava-se foco de interesse.

Em 1991, o festival *Lolapalooza* viajava pela América reunindo “o melhor da ‘Alternative Nation’”.

Nos Estados Unidos não se falava de outra coisa que não fosse o *Lolapalooza*, festival itinerante criado por Perry Farrell (Porno for

Pyros e Jane's Addiction), que reunia a nata do mercado independente norte-americano e era o sonho de consumo de amantes de música mundo afora. A impressão que se tinha daqui, pleno período pré-internet, era de que tudo de relevante acontecia durante o *Lolapalooza*. (Lariú, 2007)³⁶

Aqui no Brasil, esse tipo de evento era praticamente inexistente. Festivais como *Rock in Rio* e *Hollywood Rock* dominavam o cenário *mainstream* sem dar vazão a uma efervescente cena alternativa em diversos cantos do país.

É então que no ano de 1993 começam a aparecer os precursores dos festivais independentes brasileiros tais como são vistos hoje em dia: o *Abril Pro Rock*, em Recife-PE, e o *Juntatribo*, em Campinas-SP. O objetivo era básico: ajudar as bandas que gostavam.

Voltando de uma experiência nos EUA, Paulo André retornava ao Recife no final dos anos 80 e encontrava um ambiente de completo abandono da produção local, muito diferente da realidade que acompanhava no exterior. Abre uma loja de discos, que promove com a organização de pequenos shows com grupos pernambucanos.

O mesmo empreendimento seria fechado para que em, 1993, realizasse a primeira edição do *Abril Pro Rock*, com doze atrações e público de 1500 pessoas. Com apenas um dia de programação, o festival aconteceu em um domingo, no hoje extinto Circo Maluco Beleza, tradicional casa de show em Recife nos anos 90.

Em entrevista, o idealizador Paulo André diz que não imaginava o resultado da investida. “Não sabia como ia ser porque só tínhamos bandas locais. Ninguém botava fé que ia ter público porque não estávamos no eixo Rio-São Paulo. Todos achavam loucura, mas percebi que algo de novo acontecia na cidade e que faltava um lugar para as bandas se apresentarem” (Muniz, 2011)³⁷.

A produtora cultural e diretora do Porto Musical, Melina Hickson, faz um panorama do que era o cenário na época.

³⁶ Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/edicao/4/independencia-sa>. Acesso em 19 nov. 2011

³⁷ Disponível em: <http://www.saraivaconteudo.com.br/Materias/Post/10263>. Acesso em. 19 nov. 2011.

Não se tinha técnico de som, não se sabia o que era *roadie*, nenhuma banda tinha mapa de palco, ninguém sabia o que era um *rider*. Os festivais funcionavam como *hubs* e foram responsáveis por começar o desenvolvimento dessas redes, desses segmentos de pessoas envolvidas no mercado da música. Eles começaram a desenvolver esse mercado há 20 anos. (Hickson, 2011, p.3)³⁸

No mesmo ano, em Campinas, mais um grupo de jovens teve a ideia de criar um festival para que as bandas de rock independente tocassem. O espaço para desenvolver o projeto foi o campus da Universidade Estadual de Campinas.

Sérgio Vanalli, um dos organizadores do festival, lembra dificuldade para os artistas locais tocarem, em matéria para o site *Senhor F*.

Eu editava o fanzine Broken Strings com um pessoal e tocava na banda Heaven in Hell. Estava no último ano de engenharia química e tudo o que eu queria fazer era tocar. Mas ninguém abria espaço pra gente na cidade, pois o nosso som era muito pesado, cheio de distorções e difícil de ser classificado.³⁹

O primeiro *Juntatribo* foi realizado entre 17 e 19 de agosto de 1993. Foram 17 bandas, a maior parte da região. “A gente também não sabia a importância que isso ia ter”, comenta um dos participantes em matéria especial de 15 anos do evento, no jornal da EPTV, afiliada da Rede Globo, em Campinas⁴⁰. O festival atraiu a imprensa da época, incluindo cobertura da MTV.

Em 1994, mais 28 bandas se apresentaram entre 16 e 18 de setembro. Segundo estimativas da época, os dois eventos somaram público de quase 13 mil pessoas⁴¹.

No mesmo ano, o *BHRIF*, Belo Horizonte-MG, e o *Humaitá Pra Peixe*, Rio de Janeiro-RJ, reforçariam os eventos independentes, bem como em outras tantas iniciativas vinham surgindo inspiradas na repercussão alcançada.

Como comenta Lariú (2007), pensando em eventos que reunissem as bandas emergentes, as primeiras edições do *Abril Pro Rock*, *Juntatribo*, *Humaitá Pra Peixe* e *BHRIF* apresentaram nomes que poucos na época tinham

³⁸Disponível em: <http://www.producaocultural.org.br/wp-content/uploads/livroremix/melinahickson.pdf>. Acesso em 20 nov. 2011

³⁹ Disponível em: <http://www.senhorf.com.br/agencia/main.jsp?codTexto=3524>. Acesso em 23 nov. 2011

⁴⁰ Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=CbXuTmRxxMA&feature=player_embedded. Acesso em 23 nov. 2011

⁴¹ Idem.

ouvido falar: *Tube Screamers*, *Raimundos*, *Muzzarellas*, *Paulinho Moska*, *Corações e Mentes*, *Coma*, *Funk Fuckers*, *Low Dream*, *mundo livre s/a.*, *Inhumanoids*, *Waterball*, *Mickey Junkies*, *Skijktl*, *Serpent Rise*; e internacionais, como *Fugazi* e *Swamp Terrorists*.

No começo dos anos 90, várias bandas utilizavam caminhos alternativos para divulgar seus trabalhos e chegar a uma gravadora. Esse caminho havia sido criado por bandas *underground* do fim da década de 80, como *Pin Ups*, *Killing Chainsaw* e *Second Come*. Elas cantavam em inglês, não eram unanimidade na imprensa e dependiam de seus próprios meios para existir. Faziam shows em locais pequenos, vendiam suas próprias fitas demo e usavam os fanzines como principal meio de divulgação. Este era considerado um "desvio" do esquema do rock brasileiro de então, quando estúdios caros, empresários e muita grana eram o único caminho para se criar uma carreira. Nomes como *Raimundos*, *Pato Fu*, *Little Quail & The Mad Birds*, *Chico Science & Nação Zumbi*, *Concreteness*, *Planet Hemp*, *Brincando de deus* e dezenas de outros pagaram esse "desvio" (Lariú, 2007).

Com o sucesso do primeiro *Abril Pro Rock*, a segunda edição veio naturalmente em 1994. Agora, eram dois dias, a exposição fora da região vinha ancorada por atrações como *Chico Science & Nação Zumbi* e *Gabriel, o Pensador*, com a cobertura da imprensa e a atenção das gravadoras.

Com a devida atenção da imprensa, as grandes gravadoras perceberam a novidade e passaram a enviar "olheiros" aos festivais. Consagrado no primeiro *Juntatrimbo*, que teve cobertura ampla da MTV, a banda brasileira *Raimundos* foi contratada pelo selo *Banguela*, uma parceria dos Titãs com o produtor Carlos Eduardo Miranda, distribuída pela *Warner Music*. A *Sony Music* já tinha o selo *Chaos*, onde lançara *Skank*, *Gabriel O Pensador* e lançaria *Chico Science* e *Planet Hemp*, esta última revelada pela segunda edição do *Juntatrimbo*. Ainda na primeira metade da década de 90, quase todas as gravadoras multinacionais tinham selos independentes. A *BMG* reativou o selo *Plug* (que nos anos 80 lançara *Picassos Falsos*, *Engenheiros do Hawaii*, *Replicantes*, *Violeta de Outono*, *Obina Shock*, entre outros), contratando o *Pato Fu*. A *EMI* ativou o selo *Rock It!*, capitaneado por *Dado Villa-Lobos (Legião Urbana)* e *André Muller (Plebe Rude)*, que lançou discos de bandas mais alternativas como *Second Come*, *Pelvs*, *Gangrena Gasosa*, *Low Dream* e *Dungeon*. Não por coincidência, todas essas bandas participaram, em algum momento, de festivais independentes (Lariú, 2007).

O bom momento econômico, com a estabilidade do plano Real, permitiu que o esquema *underground* do independente fosse sendo aperfeiçoado. Os festivais independentes surgiam da compreensão de que "fazer juntos" tornava

os empreendimentos mais fortes. Várias bandas, vários fanzines, várias gravadoras em um evento forte.

O financiamento era relativo. Fruto da iniciativa dos próprios participantes, ou como soube bem aproveitar o *Abril Pro Rock*, por meio das políticas governamentais de incentivo à cultura.

O bom momento também se estendia às *majors*. Axé musica, pagode e sertanejo vendiam centenas de milhares de cópias, o que gerou uma ainda mais forte pasteurização da produção musical e ampliação dos ganhos.

A busca pelas revelações que surgiam nos festivais independentes, como o *Planet Hemp* e o *Raimundos* no *Juntatribo*, e o *mangue beat* no *Abril pro Rock*, eram investimentos viáveis. E mais festivais surgiam. Em Salvador, o *Boombahia*. Em São Paulo, o *Screamadelica*. Em Goiânia, surgia o *Goiânia Noise Festival*.

Durante a segunda metade dos anos 90, os festivais independentes eram vistos apenas como provedores de novos talentos para o *mainstream*.

Antes, a principal propaganda dos festivais era ter revelado uma banda para o mercado fonográfico. A história diz que o *Abril Pro Rock* revelou a *cena mangue*, a banda baiana *Penélope* e o *Los Hermanos*; o festival *MADA* de Natal lançou o *Detonautas*; o *Humaitá Pra Peixe* empurrou a carreira do *Planet Hemp* e de *Marcelo D2* (Lariu, 2007).

Porém, com a chegada da crise na indústria fonográfica, os olheiros foram sumindo, as promessas não se concretizaram e a grande mídia dizia que “os celeiros” já não eram mais os mesmos. Em matéria de 11 de abril de 2000, a *Folha de S. Paulo*, que apresentava uma extensa cobertura do *Abril Pro Rock* na época⁴², já indicava um desgaste no interesse no título, *Bandas novas decepcionam na edição 2000*. “O *Abril Pro Rock* continua sendo o principal festival do gênero no Brasil. Porém vem aos poucos perdendo o que é considerado o seu grande charme: revelar boas e novas bandas”.

A primeira safra de artistas revelados pelos festivais independentes, muitas vezes feitos na “raça”, gerou uma expectativa imensa. Porém, para o mercado massivo, o que aparecia não era exatamente o esperado, e a abertura para apostas se tornava cada vez mais limitada.

⁴² Sobre a cobertura da *Folha Ilustrada* sobre os festivais independentes em específico ver Correa (2011).

No entanto, indiferente ao descrédito da grande indústria e da mídia, os eventos foram encontrando novas formas de se desenvolver. Muitos acabaram em poucas edições. Outros foram se integrando a uma nova forma de pensar a produção, a circulação e o consumo musical, experimentando um segundo momento dos festivais. Nessa movimentação pelas “beiradas”, os festivais foram encontrados resultados em um contexto de crise e, na força do associativismo, viriam a se estabelecer e obter o crescimento e a repercussão hoje notados.

Retomando a questão das diferenças entre os festivais da canção e os atuais independentes, é interessante para adiantarmos algumas questões, a fala do blogueiro e produtor Israel do Vale em entrevista à Herschmann (2010c).

O contexto é sensivelmente diferente. Os festivais dos anos de 1960 eram fenômenos de massa, a reboque da emergência da televisão [ainda em preto e branco...] no país. Eram, enquanto audiência, como diz o Tárik de Souza no documentário Lóki, o equivalente às novelas, mal comparando com hoje. E havia o ambiente da ditadura como pano de fundo, que ajudava a mobilizar as pessoas em favor do novo. (...) E os festivais possibilitaram o início de carreiras exitosas como a de Chico, Caetano e Gil deslancharam nos anos de 1970. Hoje as condições são absolutamente diversas. Para o bem e para o mal. Minha percepção é de que os festivais [independentes] proliferaram como iniciativas de "guerrilha", militantes, em resposta ao "império do jabá". As cenas regionais de fora do eixo RJ-SP sempre se ressentiram de canais próprios de visibilidade em âmbito nacional. E ainda se ressentem. Os festivais não cumprem o mesmo papel da mídia tradicional, mas legitimaram-se como plataformas de lançamento de novos artistas e estratégia de formação segmentada de público, capazes de reunir uma legião de insatisfeitos que não se reconhece na música que toca nas rádios. Eles são fruto do que muitos consideram uma espécie de "nova ordem musical". Essa nova ordem é resultado deste contexto multidirecional da circulação de informação, da disseminação do "fã-clubismo" numa escala menos devocional e mais cúmplice, via redes sociais, da troca gratuita de arquivos musicais (Herschmann, 2010c, p.136).

No final de 2005, 14 produtores dos principais festivais nacionais se reuniram em Goiânia para criar a Abrafin (Associação Brasileira de Festivais Independentes). Sobre essa “nova ordem musical”, retratada por esta segunda leva dos festivais independentes, é que nos atemos profundamente nos capítulos seguintes.

3. O BOOM DOS FESTIVAIS INDEPENDENTES

Muitas matérias apresentam com empolgação que “chegou a hora e a vez dos independentes”. Porém, é importante ressaltar que a crise no mercado não significa a morte da dinâmica tradicional da indústria da música, mas uma transição, em que acompanhamos uma abertura para tais iniciativas ganharem maior visibilidade. É notável o reposicionamento dos *indies* diante das oportunidades que permitiram seu desenvolvimento nos últimos anos, e que se expressam na organização dos festivais *indies*.

Não se sabe ao certo ainda o impacto de cada uma dessas variáveis nos novos caminhos da produção cultural brasileira e o peso que elas podem ter para a desconcentração do mercado e a promoção da diversidade cultural. O fato é que este período foi favorável à emergência de experimentos alternativos para a produção e difusão cultural, caracterizadas por escassez e concentração ao longo do século XX (Bandeira; Castro, 2011)⁴³

Observa-se que a crise permitiu o espaço para que os independentes ganhassem um lugar próprio e não só o de complementaridade para as *majors*. O esquema que se via até então, funcionava com o papel do pequeno em revelar o artista para que depois assinasse com as grandes gravadoras. Ou seja, o independente era encarado mais como um estágio que um mercado propriamente de música. Foi o que se viu com boa parte das bandas que saíram dos festivais nos anos 90, como Raimundos, Pato Fu e Nação Zumbi. De todo modo, também existiram os artistas que se mantiveram nessa condição, como o caso de Cascadura e Graforrêia Xilarmônica.

Entre os festivais da primeira fase e os atuais, o que se percebe é um processo de adaptação, com períodos de altos e baixos. Nesse percurso, as ferramentas mais adequadas mostraram-se ser a mobilização dos atores nos diversos cantos, chegando à capacidade associativa de se colocar como força política e econômica nas negociações com o mercado e governos.

⁴³ Disponível em: <http://www.auditorioibirapuera.com.br/2011/09/19/fora-do-eixo-que-eixo/>
Acesso em 2 jan. 2012

Em pesquisa realizada pelo Instituto Moreira Salles, IMS, junto ao Edital de Festivais de Música⁴⁴, identificou-se a existência de cerca de 400 festivais de música independente, com pelo menos duas edições realizadas até 2007. Das iniciativas feitas na “raça” no início da década de 90, passando pela promessa de celeiros para as grandes gravadoras, os atuais festivais independentes passam a ocupar um novo papel, tendo como pano de fundo as alterações na produção, distribuição e consumo musical.

Em entrevista a revista *Rolling Stone*, Gustavo Sá, produtor do Porão do Rock, em Brasília-DF aponta a importância dos festivais na dinâmica cultural.

A gente hoje assumiu o papel de gravadora e de rádio. Somos divulgadores, multiplicadores. Quando uma banda desconhecida de Brasília teria a chance de tocar em um palco desses, com um som desses e essa estrutura e, ainda, para um público desse tamanho?⁴⁵

O grande ponto para que os festivais conseguissem se desenvolver em meio a um campo de tantas incertezas, como vinha se tornando o mercado de música no início da última década, estava em sua capacidade de flexibilização. A definição de independente “porque independente do que aconteça, acontece” serviu de caminho para que a renovação da produção musical não ficasse a mercê da redução dos investimentos das grandes gravadoras. Em entrevista à Turano (2011), Pablo Capilé, membro da Abrafin e do Circuito Fora do Eixo, afirma.

De 1995 à 2005, esses festivais foram surgindo no Brasil inteiro como uma alternativa ao modelo anterior [monopólio das gravadoras no mercado musical], e ao mesmo tempo vinha como uma alternativa a principal força motriz do modelo anterior que era o Jabá. Porque você tinha lá, pra banda estourar ela tinha que tocar em 6/7 rádios em São Paulo, ela ia ter que pagar um valor X pra isso, pra tocar as músicas constantemente e começa-se a perceber que esse modelo não vai dar mais certo, nem pras bandas pequenas, nem pras bandas maiores já que as grandes gravadoras vendendo pouco CD não tinham mais condições de estar investindo fortemente nesse Jabá. E os festivais começam a surgir como uma alternativa a isso. (Turano, 2011, p.44)

Percebe-se que a solidificação dos festivais enquanto espaços alternativos está em uma ação mais cooperativa entre seus produtores. Ao se

⁴⁴ www.editalfestivaisdemusica.com.br

⁴⁵ Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/noticia/edicao-14-do-porao-do-rock-e-o-festival-independente-em-2011/>. Acesso em 2 jan. 2012

unirem, sem a noção de concorrência, a posição de vitrine para novos artistas permanece, mas sem que a circulação destes esteja condicionada à contratação por uma *major*. Como é observado por Tassia Malena em seu blog *Selva Sonora*.

Antes os festivais tinham a mesma finalidade dos de hoje, que é disponibilizar um espaço para a exibição de uma determinada obra ou produção indiscriminadamente, mas com algumas diferenças que não devem ser ignoradas. A principal delas é que, não se têm mais a intenção de gerar ídolos, não há mais uma disputa por excelência, já que se parte do princípio de que todos são iguais, independente do ritmo, da cultura ou do estilo, pois o objetivo é, justamente, promover visibilidade às bandas, de forma a divulgar a preços módicos o trabalho delas.⁴⁶

Tendo como preocupações a produção local e a circulação de diferentes artistas, os festivais assumem papel estratégico na busca pelo desenvolvimento através da cultura.

Pode-se perceber a importância econômica e cultural dos festivais. Culturalmente, são expressões da criação musical local; mostram panoramas da criação musical brasileira; permitem o intercâmbio entre os artistas; incentivam a produção artística ao longo do ano; auxiliam na formação de público; geram divulgação para o artista que se apresenta; e promovem a profissionalização no setor da música, uma vez que o festival apresenta demandas para sua realização e aponta as deficiências profissionais da cidade nesse mercado. Economicamente, atraem centenas de jovens e amantes da música para participar da programação, movimentando a cidade turisticamente e gerando lucros nos setores de hotelaria, alimentação, transporte e lazer. Há também o crescimento econômico direto gerado pelos festivais através da contratação de empregos temporários, serviços e produtos (Turano, 2011, p.38).

Percebendo no diálogo entre si os espaços, a necessidade de organização e as semelhanças dos problemas que enfrentavam, produtores espalhados por festivais no Brasil encontraram em uma proposta associativista o que parecia um bom passo para definir objetivos e caminhos, além da articulação suficiente para trabalhar em prol dos festivais.

⁴⁶ Disponível em: <http://selvasonora.wordpress.com/2010/05/23/qual-a-importancia-dos-festivais-de-musica-independente/>. Acesso em 2 jan. 2012

3.1 Abrafin

A Associação Brasileira de Festivais Independentes foi criada em dezembro de 2005, durante as reuniões realizadas no 11º *Goiânia Noise Festival*. Entre os fundadores, festivais de quase todas as regiões do Brasil, como o *Abril Pro Rock* (Recife - PE), *DemoSul* (Londrina - PR), *Bananada* e *Goiânia Noise* (Goiânia - Go), *Ruído* (Rio de Janeiro - RJ), *Eletronika* (Belo Horizonte - MG), *Porão do Rock* (Brasília - DF), *DoSol* (Natal - RN), *Campeonato Mineiro de Surfe* (Belo Horizonte) e *Calango* (Cuiabá - MT).

A criação da associação foi pautada no interesse comum dos produtores de festivais locais em montar um calendário unificado, trocar informações sobre as tecnologias disponíveis de som, luz, palco, etc. para utilização nos festivais e se estabelecer, perante o cenário nacional, tanto para as instituições governamentais quanto no cenário da música independente. “Não bastava a existência dos festivais isoladamente em cada cidade, era necessária a integração desses festivais para fortalecê-los e projetá-los nacionalmente” (Turano, 2011). Como é contado por Fabrício Nobre, ex-presidente e fundador da Abrafin em 2007, em matéria do *Diário do Nordeste*.

A Abrafin tem seu embrião numa conversa minha com Paulo André Pires, produtor do *Porto Musical* e *Abril Pro Rock* de Recife - PE, na primeira edição do *Porto Musical*. E no mesmo evento conversamos com outros fundadores, Rodrigo Lariú (do Rio), Rogério Big Bross (da Bahia). A Abrafin acontece tanto para festivais “mais novos” ou “menores”, como para os “consagrados” como *Goiânia Noise Festival* ou *Abril Pro Rock*, por exemplo. Nos preocupamos com a eminência da não realização do evento a cada ano pela falta de suporte financeiro, risco comum e assustador para todos. Pensamos ainda na desorganização que havia no calendário nacional, e da desunião, entre os vários produtores. Foi visto que juntos e organizados poderíamos resolver problemas comuns e avançar com nossos projetos particulares. Foi daí a idéia! Num primeiro momento éramos 13 festivais, mas já na reunião da fundação em Goiânia, em dezembro de 2005, outros 3 participaram⁴⁷.

Nos anos de 1990, por causa de sua banda *MQN*, o goiano Fabrício Nobre percebeu a necessidade de se envolver com a produção musical. Hoje, é um dos principais nomes no independente, já tendo feito parte do selo *Monstro Discos* e da organização do *Goiânia Noise*, projetos que deixou

⁴⁷ Disponível em: <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=418676>. Acesso em 17 dez. 2011

recentemente. Atualmente, é dono da Construtora Música & Cultura e responsável pela produção do *Festival Bananada*.

Protagonista na criação da Abrafin, Fabrício foi presidente da associação entre 2005 e 2010. No momento, é diretor de relações internacionais. Segundo ele, a entidade foi criada com o objetivo de estabelecer, organizar e “dar força” a um circuito brasileiro de festivais de música independente. A preocupação era em abranger todo o território nacional, contemplando a nova música brasileira, bem como suas manifestações tradicionais. Outro objetivo era a troca de experiência e tecnologias entre os produtores, assim como localizar as demandas coletivas que eram de interesse para os festivais.

Outro nome importante no desenvolvimento da Abrafin é o do cuiabano Pablo Capilé. Um dos fundadores do Espaço Cubo, Capilé é coordenador de planejamento dos festivais *Calango* e *Grito Rock*. Também é sócio-fundador das Casas Associadas, associação de casas de shows independentes, e um dos articuladores do Circuito Fora do Eixo, rede melhor detalhada durante este capítulo.

Em entrevista a Turano (2011), Pablo Capilé enfatiza.

O objetivo da associação, como qualquer associação de classe, era conseguir fortalecer os seus associados: conseguir captar patrocínio em conjunto, mas principalmente no primeiro momento era trocar tecnologia, era fazer com que o cara de Cuiabá conhecesse melhor o que era o festival de Goiânia pra voltar pra Cuiabá e potencializar o festival dele e além dessa troca de tecnologia a gente começar a captar recurso em conjunto e a gente começar a dialogar com o poder público em conjunto (Turano, 2011, p.43).

Como lembra Turano (2011), a iniciativa era inédita no Brasil, mas na Europa encontramos o exemplo da *Yourope – The European Festival Association*, como associação trabalhando pelo desenvolvimento dos festivais na região.

Criada em 1998, a *Yourope* apresenta características similares às objetivadas pela Abrafin, por meio do incentivo à troca de experiências entre os associados, a capacitação profissional e discussão continuada sobre problemas da área, bem como a definição de padrões mínimos de execução. Da mesma forma como acontece no Brasil, a associação realiza parcerias com outros programas direcionados à música, como o *ETEP – European Talent Exchange Program*, que dá suporte a novos artistas da Europa.

Com mais de 70 membros em 26 países, inclui festivais de renome em todo o mundo, a exemplo do *T in the Park*, na Inglaterra, *PinkPop*, na Holanda, e *Roskilde*, na Dinamarca. A *Yourope* apresenta como objetivos: saúde e segurança; proteção do meio ambiente; soluções para os preços de taxas na contratação de artistas e funcionários; comunicação interna e externa; apoio da Comissão Europeia (EU Commission); e fazer da *Yourope* uma organização reconhecida (Turano, 2011).

Outra entidade internacional que pode ser citada é a *AIF – Association of Independent Festivals*, no Reino Unido, que visa ajudar o negócio de seus membros e colaborar com as necessidades do setor de festivais independentes, por meio da capacidade coletiva em negociar com todos os campos relacionados aos eventos ao vivo, seja nos aspectos legislativo, comercial e industrial⁴⁸, intenção apresentada no site da AIF.

AIF é criado para promover o espírito independente nos festivais do Reino Unido, incentivando a gestão eficiente de eventos, e, portanto, uma experiência melhor para o público. Pela partilha de conhecimentos sobre roubos e crimes, por exemplo, AIF pode ajudar a criar uma experiência de festival mais seguro e mais agradável. Através de conselhos, a compra conjunta e a divisão de recursos, a AIF pode ajudar os festivais na economia de custos de preparação e iluminação, segurança e infraestrutura. Eventos de networking e seminário estão abertos para membros, parceiros e indústria.⁴⁹

Segundo dados da associação, os 27 afiliados à AIF reuniram um público de mais de 300 mil pessoas. Entre os festivais, o mais conhecido é o *Creamfields*, dedicado à música eletrônica. O evento tem edições também ao redor do mundo, sendo que no Brasil já foi realizado em Belo Horizonte (2006 e 2007), Curitiba (2004, 2005 e 2006) e Rio de Janeiro (2006 e 2007).

⁴⁸ Interessante notar que ambas as associações apresentadas possuem como um dos principais focos a preocupação ambiental, ainda mais com o sabido impacto que os concertos ao vivo têm na emissão de poluentes e produção de lixo. Os festivais que conseguem atender as metas de redução de danos ambientais recebem selos especiais, algo que garante ainda mais a valorização da experiência propiciada pelos eventos.

⁴⁹ **No original:** AIF is set up to promote the UK's independently spirited festivals, encouraging efficient management of events, and therefore a better experience for audiences. By sharing knowledge about theft and crime for example, AIF can help to create a safer and more enjoyable festival experience. Through advice, joint purchasing and pooling of resources AIF can assist festivals in cost savings from staging and lighting to security and infrastructure. Networking and seminar events are open to, members, friends and industry. Disponível em: http://www.aiforg.com/about_us.php. Acesso em 5 jan. 2011.

No Brasil, a Abrafin adota um modelo em rede, mas com divisões de cargos e funções que formam uma diretoria, eleita a cada dois anos. Segundo seu estatuto, a associação conta com: 1 (um) Presidente, 1 (um) Vice-Presidente, 1 (um) Tesoureiro, 1 (um) Secretário Geral, 1 (um) Diretor de Comunicação, 1 (um) Diretor Institucional, 1 (um) Diretor de Relações Internacionais e 1 (um) cargo para Ações Políticas.

Tabela 2: Diretoria da Abrafin de acordo com cada gestão

	2006/2008	2009/2010	2011/2012
Presidente	Fabício Nobre (Goiânia Noise-GO)	Fabício Nobre (Goiânia Noise-GO)	Talles Lopes (Jambolada-MG)
Vice-presidente	Paulo André (Abril pro Rock-PE)	Pablo Capilé (Calango-MT)	Ivan Ferraro (Feira da Música-CE)
Tesoureiro	Gustavo Sá (Porão do Rock - DF)	Léo Bigode (Goiânia Noise-GO)	Ana Morena (Do Sol-RN)
Secretaria-geral	Márcio Jr. (Bananada – GO)	Talles Lopes (Jambolada-MG)	Karla Martins (Varadouro-AC)
Diretoria de Ação Política		Daniel Zen (Varadouro-AC)	Fernando Rosa (El Mapa de Todos-RS)
Diretoria de Ação Institucional		Aluizer Malab (Eletronika-MG)	Ricardo Rodrigues (Contato-SP)
Diretoria de Comunicação		Marielle Ramires (Grito Rock-BR)	Atílio Alencar (Macondo Circus-RS)
Diretoria de Relações Internacionais		Paulo André (Abril pro Rock-PE)	Fabício Nobre (Bananada-GO)
Diretoria de Ação Social			Paulo Ávila (Consciência Hip-Hop-MT)

Fonte: Elaboração própria

No processo eleitoral da Abrafin, todos os festivais votam em uma nova diretoria. A última foi eleita por unanimidade, o que causa mais estranhamento a respeito da onda de desfiliações justificadas pela mudança de gestão. Assim que assumiu a presidência, Talles Lopes destacava que “ainda não passamos por um processo de enfrentamento de chapas nas eleições da Abrafin, e acredito que isso seja um sinal de que as pessoas estão contentes com o rumo do trabalho desenvolvido” (Lopes, 2011).

O novo presidente é figura presente no desenvolvimento de diversas novas iniciativas que estimularam a cadeia da música independente na última década, principalmente em Minas Gerais. Talles Lopes ganhou destaque com a produção do festival mineiro *Jambolada*, em Uberlândia, a partir de 2005,

participando também do processo de criação da ABRAFIN e da concepção e construção do *Circuito Fora do Eixo*. Formado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Uberlândia, começou seu envolvimento com a música durante a graduação, participando de alguns grupos musicais, mas sempre com maior envolvimento na produção. A partir de 1998, focou em trabalhos na universidade por uma valorização da música autoral, além de se envolver com outras iniciativas político-culturais, como a UNE, e na concepção e criação do Instituto CUCA.

Envolveu-se com a plataforma da Conexão Telemig Celular, atual Conexão Vivo, que trabalha com editais de apoio a eventos de música. Junto a outros parceiros em Uberlândia, montou o *Coletivo Goma*, responsável pelo espaço cultural Goma, entre 2007 e 2010, época em que a casa recebeu mais de 500 artistas independentes, entre nacionais e internacionais. Soma-se, ainda a participação na criação do Fórum da Música de Minas e do Programa Música Minas. Foi, também, um dos idealizadores e membro da primeira diretoria das Casas Associadas, associação nacional de casas de shows independentes, e integrante, desde 2010, do Colegiado Setorial de Música e do Conselho Nacional de Políticas Culturais.

Minha principal prioridade é conseguir ampliar ainda mais a qualidade dos festivais independentes no Brasil e dar sequência ao trabalho de valorização desta plataforma tão importante na história da música brasileira. Para isso, acho fundamental que a ABRAFIN se assuma definitivamente como uma entidade classista, e tenha um foco cada vez mais claro nos festivais e nas suas necessidades e potencialidades. Com o crescimento da entidade e do número de filiados, fica cada vez mais difícil pensar em uma única ação que possa dar conta de atender a toda esta diversidade de anseios e interesses, e por isso o nosso grande foco é conseguir construir mais parcerias e programas que, somados, possam dar conta deste processo de qualificação. Neste sentido, estamos radicalizando num processo de acompanhamento personalizado de cada festival, para diante disso podermos entender onde podemos contribuir, quais os links com possíveis patrocinadores podem ser feitos, que consultoria técnica, negociação conjunta ou serviço é possível prestarmos, e auxiliarmos o festival filiado (Lopes, 2011)⁵⁰.

Para a nova gestão, o acompanhamento acontece por meio do contato com o produtor, que seria a ligação capaz de permitir uma visão mais direta dos festivais, e assim poder perceber quais são os focos de atuação. O

⁵⁰ Disponível em: <http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/>. Acesso em 18 dez. 2011

crescimento da entidade faz com que seja necessária a construção de novas pontes de diálogos, o que só é possível em um trabalho mais prático junto aos festivais.

Se não ativarmos programas de comunicação, captação de recursos, prestação de serviços técnicos, negociação coletiva, a gente não possibilita que mais pessoas dialoguem, como também mantemos o diálogo apenas no campo político e das relações pessoais. É mais criar formas dos festivais dialogarem com a diretoria e a partir daí nos fiscalizarem e nos ajudarem, do que a entidade fiscalizar os festivais. (Lopes, 2011)⁵¹

Analisando seu estatuto, podemos pensar alguns pontos chave sobre as ações e objetivos da Abrafin, como o que define um festival como independente, através do tópico que informa quais características são necessárias para a filiação de um festival.

(...) 4) o festival representado deve ter no mínimo 75% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas não ligados a grandes conglomerados, gravadoras multinacionais, selos "majors" e/ou ligadas a grandes grupos econômicos de entretenimento. 5) o festival representado deve ter no mínimo 75% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas brasileiros; 6) o festival representado deve ter no mínimo 25% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas do estado onde o mesmo é realizado; 7) o festival representado não pode ser gerido e/ou produzido por entes governamentais de quaisquer níveis (federais, estaduais ou municipais) ou ainda por quaisquer de suas secretarias 8) o festival representado não pode ter sua produção realizada, ou ser mantido exclusivamente por grande emissora de telecomunicações; 9) o festival representado não pode ser gerido e/ou produzido por grande emissora de T.V. ou rádio; ou grande corporação empresarial de caráter privado.⁵²

Sendo assim, resumindo, a independência não passa por uma definição específica de proposta estética, produção ou formato, mas sim, pelo não atrelamento aos grandes conglomerados empresariais, órgãos governamentais ou às grandes empresas de comunicação. Por sua vez, isso não exclui as parcerias pontuais com esses segmentos. De toda forma, parte das exigências visa justamente manter o compromisso com o cenário local onde ele se insere, por meio da renovação da música nacional, e a intenção de trabalhar em parceria para o desenvolvimento do circuito nacional de música independente.

⁵¹ Idem.

⁵² Disponível em: http://www.abrafin.com.br/doc/estatuto_abrafin_v1.pdf. Acesso em 10 jan. 2012

Quando a associação foi criada, tivemos um debate muito intenso sobre os critérios para definir a filiação, e o princípio fundamental elencado foi o de compromisso com a cena local e continuidade do trabalho, e também o fato de potencializar artistas independentes. Neste sentido, os festivais institucionais, como o *Terra*, ou, na época, o *Tim Festival*, o *Claro Que é Rock*, os festivais organizados diretamente pelo poder público, como o *Festival de Guaranhuns*, e os ligados a grandes veículos de comunicação, como o *Planeta Atlântida*, estão impedidos, porque a mudança de orientação dos gestores de marketing, como aconteceu com o *Tim Festival* e o *Claro Que é Rock*, poderiam levar à extinção do projeto, e a mudança da gestão pública, por conta do processo eleitoral também pode ter o mesmo resultado. Por isso, festivais como o *Terra* não são filiados. Além disso, temos outros critérios como participação de bandas regionais (25% da programação) e participação de artistas independentes, não vinculados as “majors” (75%), o que dificulta a entrada de eventos de grande porte e caráter internacional, como o *SWU* e o *Rock in Rio*⁵³⁵⁴ (Lopes, 2011)

Tais preocupações reforçam a legitimidade da formação de uma associação como a Abrafin, da mesma maneira que surtem efeito sob toda a cadeia produtiva da música independente. Isso se deve ao compromisso com a cena local e com a continuidade dos eventos, o que permite a potencialização da relação entre artistas e produtores (Turano, 2011). Para Fabrício Nobre, isso se dá também na mudança da percepção do que são os festivais.

Uma vez que não são apenas “festas de 3 dias”, mas, na real, são a ponta do iceberg de uma cena que envolve grande parte da música de uma cidade ou região. Os produtores dos festivais filiados a Abrafin estão em todas as partes dessa cadeia, e atuam também agenciando artistas, dirigindo selos, produtoras ou casas noturnas, têm bandas ou algo do tipo⁵⁵.

Dentre as conquistas dos primeiros anos na presidência da Abrafin, Fabrício destaca.

Temos um calendário anual e nacional divulgado com certa

⁵³ Idem.

⁵⁴ De todo modo, Talles Lopes destaca que ações em conjuntos com esse tipo de evento podem trazer efeitos positivos para os festivais. “Tivemos uma experiência como essa muito interessante na Virada Cultural, em São Paulo, com um palco ABRAFIN, durante dois anos. No início do ano, pensamos nesta possibilidade de procurar a Artplan e oferecer algo semelhante para o Rock in Rio, mas eles já tinham o conceito para esta edição fechada, e nós tínhamos uma série de outras prioridades também. Já tivemos conversas também em dezembro passado com os organizadores do *SWU* neste sentido, e acredito que tudo que puder ser feito para melhorar o posicionamento dos artistas independentes brasileiros nós temos que fazer, e não podemos desprezar a importância destes grandes festivais, no universo da música brasileira”.

⁵⁵ Disponível em: <http://senhorf.com.br/agencia/main.jsp?codTexto=3701>. Acesso em 15 dez. 2011.

antecedência, temos muito mais eficácia nos relacionamentos políticos com entidades das esferas local, regional e, principalmente, nacional. Fizemos ser reconhecido um circuito nacional de festivais, provamos que existimos, que movimentamos pessoas, geramos negócios, podemos determinar a cara e um momento na música do País. Estabelecemos um padrão melhor de equipamento, estrutura, logística, atendimento a artistas, público e apoiadores. Em meio a crise do mercado musical, da economia, da cultura, conseguimos dar continuidade a projetos que têm oito, nove, 15 anos. Estabelecemos como padrão a realização de atividades capacitadoras, formadoras e de inclusão na plataforma dos festivais. Começamos a estabelecer um diálogo mais próximo com festivais e produtores internacionais⁵⁶.

Tal postura demonstra uma mudança significativa na orientação da produção independente, como argumentamos no início do trabalho nos apoiando em pesquisa desenvolvidas por De Marchi (2006). O novo produtor independente não só busca o empreendedorismo, desenvolver as ferramentas de negócio necessárias para o setor, mas o faz através do associativismo. A orientação política do *Do It Yourself* é assimilada para uma escala em que se faz necessário realizar o *Do it Together* também.

O *ethos* do DIY, disseminado pelo punk (Hannon, 2010), foi essencial para que os independentes dessem o primeiro passo para uma circulação cultural alternativa, a margem dos grandes conglomerados que detinham as tecnologias de produção. A ascensão do digital não colabora apenas no barateamento de custos para os pequenos negócios, mas permite que estes se conectem, facilitando a organização de ações conjuntas, que aceleram os processos criativos, bem como resolvem muitos dos seus problemas de logística.

DIY é poderoso porque explora a paixão e criatividade dos indivíduos ao redor do mundo. Mas talvez DIY é apenas um precursor para formas mais poderosas de Do It Together (DIT), reunindo um maior número de indivíduos diversificados e talentosos para mais e mais rapidamente inovar e gerar novos níveis de desempenho em uma base contínua. Claro, sempre que uma equipe se desenvolve, temos uma forma de DIT, mas, como todos sabemos, as equipes não são escaláveis. O que nós realmente precisamos é de um ambiente onde muitas equipes possam organizar e começar a criar e compartilhar conhecimento através das fronteiras da equipe⁵⁷. (Hagel, Brown;

⁵⁶ Disponível em: <http://www.brasilautogestionario.org/economia-solidaria/entrevista-de-fabricio-nobre-presidente-da-abrafin/>. Acesso em 15 dez. 2011.

⁵⁷ No original, em inglês: DIY is powerful because it taps into the passion and creativity of individuals around the world. But maybe DIY is just a precursor to even more powerful forms of Do It Together (DIT), pulling together larger numbers of diversified and talented individuals to more and more rapidly innovate and drive new levels of performance on a continuing basis. Of course, whenever a team forms, we have a form of DIT but, as we all know, teams are not scalable. What we would really need is an environment where many teams can organize and

Davison, 2011)

Como comenta Capilé em entrevista, tal transição não é um simples “mudar de botão”, pois exige integração a uma mentalidade de ação que não é facilmente aceita, pois a união demanda abertura de posições entre os envolvidos, e, para tanto, é necessário uma mudança no hábito cultural do individualismo.

A grande dificuldade no primeiro momento foi mostrar pra todo mundo que trabalhar associativamente é saber ceder. Não dá pra você achar que tudo que você tá falando vai emplacar, tem mais várias pessoas que também têm que ser contempladas naquela posição e cada um vai ter que ceder um pouquinho pra que aquilo ali consiga ser uma decisão consensual, que não crie ruídos na relação entre as pessoas (Turano, 2011, p.44).

O atual presidente da associação, Talles Lopes, percebe o trabalho associativo não só como uma grande tendência da música brasileira, mas uma realidade que só deve se fortalecer. Dentro da cadeia produtiva, não só os festivais, mas também músicos, casas de shows, coletivos e selos já têm associações consolidadas no país, o que demonstra a postura diferenciada adotada pela música aqui.

O processo de “resignificação” do “do it yourself” para o “do it together” feito no Brasil é hoje um case mundial, e tem atraído cada vez mais a atenção de dezenas de pessoas, dispostas a entender o processo que está acontecendo em nosso país, e acredito que a ABRAFIN teve um papel pioneiro muito importante neste campo. Acredito que, independente do setor ou área que a pessoa esteja, principalmente se está no campo da cultura independente, sempre vai ser mais interessante se juntar ao outro e somar forças. Claro que sabemos que em outros segmentos, como os músicos ou as casas de shows, existem outras dificuldades e contextos diferentes dos festivais, mas nunca houve também nada que comprovasse que os festivais de música naturalmente têm uma tendência e melhor condição de trabalhar de forma associativa. Isso foi construído, com muita dedicação e disposição de trabalhar com o outro, e entender que trabalhar coletivamente e colaborativamente era uma atitude que poderia qualificar e melhorar as nossas condições de trabalho. (Lopes, 2011)⁵⁸

Devido a essas características, a associação se envolve diretamente com ações de Economia Solidária (Turano, 2011). Entende-se esta como uma

begin to create and share knowledge across team boundaries. (Hagel, Brown; Davison)
Disponível em: <http://diycultures.org/2011/10/>. Acesso em 18 dez. 2011

⁵⁸ Idem.

forma de geração de trabalho e renda alternativa, mais “humanizada” devido à preocupação com a inclusão social. Cooperando, os grupos se fortaleceriam buscando um bem comum, sem exploração e degradação do ambiente. Nessa perspectiva, integram-se práticas econômicas e sociais organizadas sob a forma de cooperativas, associações, clubes de troca, empresas autogestionárias, redes de cooperação, entre outras, que realizam atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças solidárias, trocas, comércio justo e consumo solidário.

O professor e economista Paul Singer apresenta a noção da Economia Solidária como uma alternativa superior à competitividade do capitalismo, por ter como objetivo a igualdade e o bem estar. “O capitalismo se tornou dominante há tanto tempo que tendemos a tomá-lo como normal ou natural” (Singer, 2002, p.7). A competição permeia então toda ação humana.

A partir do momento em que há sempre uma divisão entre vencedores e perdedores, as chances pendem apenas para um lado. Na economia capitalista, os resultados geram vantagens para um lado e desvantagens para o outro, numa contínua produção de desigualdades, e somente a solidariedade entre os envolvidos quebraria este ciclo. Para Singer (2002, p.9), “a solidariedade na economia só pode se realizar se ela for organizada igualitariamente pelos que se associam para produzir, comerciar, consumir ou poupar. A chave dessa proposta é a associação entre iguais em vez do contrato entre desiguais”.

Nessa perspectiva, a Abrafin atende a essas características por ser uma instituição em que todos os envolvidos têm a mesma parcela de direitos e de voto nas decisões. Não há competição, os resultados obtidos são tidos como vantagens para todos, por meio do fortalecimento da cadeia.

Para Fabrício Nobre é natural a parceria entre a associação e a Secretaria Nacional de Economia Solidária - Senaes, vinculada ao Ministério do Trabalho, inserindo a modalidade econômica dentro da associação como um todo e não apenas em ações dos festivais.

A parceria da Abrafin com a Senaes vem do apoio que a Secretaria dá às ações voltadas para a discussão, a mobilização e a reorganização dos trabalhadores de todas as áreas, e eles tiveram a sensibilidade de perceber isso na cena musical independente. A secretaria percebeu o destaque desta mobilização e deu suporte para

surgimento e fortalecimento da Abrafin, percebeu que os festivais independentes são espaços fundamentais para a divulgação e valorização da música de artistas que estão alijados de um processo econômico e cultural tão excludente, concentrado nas mãos das *majors* ou das corporações de comunicação⁵⁹.

Essa ligação com as práticas de economia solidária pode ser expressa pelos pioneiros do *Espaço Cubo*, que realizam o *Festival Calango* de Cuiabá, com a instituição de uma moeda solidária, o *Cubo Card*.

Enquanto uma prática de economia solidária, a moeda solidária ou moeda social se apresenta como uma alternativa ao escambo. Não é um substituto, mas sim um complemento à economia.

Ela é produzida, distribuída e controlada por seus usuários. Por isso, o valor dela não está nela própria, mas no trabalho que pode fazer para produzir bens, serviços, saberes. Esta moeda não tem valor até que se comece a trocar o produto pelo produto, o serviço pelo serviço, o produto pelo serviço ou o serviço pelo produto. A moeda começa a servir como mediadora destas trocas. Ela é diferente também porque não está ligada a nenhuma taxa de juros, por isso não interessa a ninguém guardá-la, mas trocá-la continuamente por bens e serviços que venham responder às nossas necessidades (Mutirão Abopuru apud Búrigo, 2011, p.3).

Segundo o Ministério do Trabalho, até 2009, circulavam pelo menos 45 moedas solidárias, paralelamente ao Real no Brasil.

Ao final de 2003, foi criado o *Cubo Card*, como uma necessidade de custeio alternativo ao pagamento em espécie. O Espaço Cubo começou a ter dificuldades em viabilizar suas ações políticas e de formação com o descontentamento das bandas pela falta de remuneração.

Era muito difícil viabilizar as coisas. As bandas começaram a falar que a gente não estava pagando e não queriam ir mais para fórum de cultura, não queriam discutir mais política pública nem participar das oficinas, das palestras. A gente precisava criar uma alternativa que estabelecesse um equilíbrio. Em espécie, a gente não ia conseguir pagar, mas poderia estabelecer uma troca solidária. A banda começou a receber o *card* em troca dos shows que fazia. Ela recebia 300 *cards* e podia ter um estúdio de ensaio, um estúdio de gravação, uma assessoria de imprensa. Com isso, as bandas começaram a perceber que não estavam mais gastando dinheiro com determinadas coisas, porque poderiam usar o *card*. Começaram a entender mais a lógica do que a gente estava fazendo e voltaram a militar no debate de política pública. A partir daí, foi um processo de consolidação

⁵⁹ Disponível em: <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=418676>. Acesso em 29 dez. 2011

(Capilé, 2011, p.2)⁶⁰

A organização de uma plataforma sólida para uma moeda solidária tem reflexos diretos na economia local, na perspectiva de Capilé.

Ao invés de todo mundo ir comprar no Carrefour, você tem uma moeda solidária na própria comunidade em que todo mundo consome dentro da comunidade, ao invés de ir dar a grana para um supermercado. Então você tem uma moeda complementar, você tem bancos de trocas, então as pessoas chegam com o seus serviços, depositam horas de serviço em troca, então você tem outras comunidades em que o cara vai lá e deposita duas horas de serviço de pedreiro e recebe duas horas de dentista porque tem um depósito de dentista feito ali e eles estabelecem estas trocas. (Capilé, 2011, p.2)⁶¹

Hoje, outros coletivos adotaram a iniciativa em seus festivais e funcionamento interno, como o *Palafita* (do Amapá, com o – Palafita Card), o *Goma* (de Minas Gerais, com o – Goma Card), o *Lumo* (de Pernambuco, com a – Lumoeda), o *Massa Coletiva* (de São Paulo, com os Marcianos) e o *Alona* (do Paraná, com o Alona Card). “Estas moedas circulam livremente pelos coletivos e eventos, onde é possível adquirir, com qualquer uma delas, produtos nas banquinhas montadas, grandes responsáveis pela circulação de materiais” (Lage, 2011)⁶².

A Abrafin também estabeleceu parcerias com a iniciativa privada. Entre 2007 e 2009, a cervejaria *Femsa*, através da Cerveja Sol, patrocinou festivais do circuito através de seus produtos. Como atestam os produtores dos eventos, o bar é sempre uma das principais fontes de renda para os Festivais. A cervejaria fazia uma análise da dimensão do festival para o retorno pretendido, e fornecia as bebidas para serem comercializadas, sendo que em 2008, foram comercializados R\$ 500mil em produtos.

A *Trama Virtual* também entrou como parceira e apoiadora financeira direta para alguns desses festivais, e trabalhou com a cobertura e a produção de um documentário sobre os festivais em 2008.

⁶⁰ Disponível em: <http://www.producaocultural.org.br/wp-content/uploads/livroremix/pablocapile.pdf>. Acesso em 18 set. 2011.

⁶¹ Idem

⁶² Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/gestao-cultural-integrada-o-circuito-fora-do-eixo>. Acesso em 5 jan. 2011.

De todo modo, como destaca o atual presidente, a grande conquista da Abrafin está em seu legado político, onde demonstra a força e a necessidade de movimentos associativos fortes na música e na cultura. No campo político, a Abrafin participou da construção da *Rede Música Brasil*, além de participar do Colegiado Setorial de Música, do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC) e da CNIC (Comissão Nacional de Incentivo Cultural).

Este trabalho político teve como consequência direta um processo de valorização dos festivais independentes como plataforma de política pública, gerando editais importantes como o da Petrobras e da Funarte, frutos diretos de articulação da entidade. Além disso, parcerias foram estabelecidas com governos estaduais, em projetos como o “Ano de Minas” na ABRAFIN, que possibilitou a circulação de dezenas de artistas mineiros subsidiados para os festivais independentes. Plataformas privadas como o “Conexão Vivo” e a “Oi Futuro” também passaram a investir diretamente em festivais em seus editais, e cada vez mais os festivais são vistos como excelente espaço de valor agregado e potencializarão de novos negócios pela iniciativa privada. (Lopes, 2011)⁶³

A *Conexão Vivo* financia projetos de pequeno (até R\$ 100mil) e médio porte (entre R\$ 100 mil e R\$ 800 mil) incluindo recursos incentivados e contrapartida obrigatória, quando for o caso. Para os festivais independentes, realiza um circuito próprio durante o ano. Dos 7 festivais integrantes, 4 eram pertencentes à Abrafin na ocasião: *9º Primeiro Campeonato Mineiro de Surfe e 53HC Music Fest* (Belo Horizonte-MG), *Jambola* (Uberlândia-MG) e *Se Rasgum* (Belém-PA).

Entre os 187 projetos com patrocínios da *Oi Futuro* em 2011, constam os festivais *DoSol* (Natal-RN) e *Ponto.CE* (Fortaleza-Ceará)

O principal edital para o setor é o promovido pela Petrobrás, fruto da forte articulação política da Abrafin junto ao Ministério da Cultura. A partir de 2007, o Edital Petrobrás de Festivais de Música⁶⁴ contava com patrocínios de até R\$ 250mil, chegando à R\$ 500mil em 2011⁶⁵. Os requisitos para propostas, inclusive, se assemelhavam muito com os realizados para a filiação à Abrafin,

⁶³ Disponível em: <http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos-parte-2/> Acesso em 18 set. 2011.

⁶⁴ Disponível em: http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/03/festivalismusica-2007_edital.pdf Acesso em 18 set. 2011.

⁶⁵ Disponível em: http://www.hotsitespetrobras.com.br/ppc/docs/regulamento2011/PPC-2011_Regulamento-Festivais-de-Musica.pdf Acesso em 18 set. 2011.

como a preocupação com a periodicidade e a presença de artistas locais e independentes. No mesmo caminho, estavam seus objetivos de

fortalecer o circuito de festivais nacionais, que representam hoje o principal canal de circulação dos artistas brasileiros pelo país. Também é um objetivo estimular a ampliação das atividades previstas nos festivais, incluindo oficinas de capacitação, ações de promoção de negócios e ampliação da divulgação dos artistas através de articulação com rádios⁶⁶.

Em 2011, os festivais *DoSol*(RN), *Goiânia Noise*(GO), *Se Rasgun*(PA), *El Mapa de Todos* (RS), e *Contato*(SP) tiveram seus projetos aprovados. No entanto, em 2012, a Petrobrás não lançará edital aberto, trabalhando em um sistema de convites, através de uma avaliação mais profunda dos eventos, segundo informações de Leo Razuk, do *Goiânia Noise*, para esta pesquisa.

A busca por captação de recursos através dos editais é vista como fundamental para o crescimento do circuito dos festivais.

Para nós a utilização de leis de incentivo pelos festivais independentes não é apenas legítima, como muito importante, e que inclusive ainda acontece de forma bastante tímida se analisarmos os números existentes hoje. Sabemos que o incentivo fiscal é praticamente a única forma, hoje, de patrocínio cultural no país, e sempre foi utilizada exaustivamente por todos os setores culturais, principalmente os mais bem posicionados. Grandes artistas da música, grandes montagens de teatro, grandes eventos como o Cirque de Soleil, praticamente toda a produção audiovisual brasileira, tudo isso conta com incentivo fiscal e se manteve até os dias hoje a partir desta forma de patrocínio. Ou seja, porque os festivais de música independente não poderiam utilizar dessa plataforma de incentivo? A indústria automobilística no Brasil se consolidou com dezenas de incentivos fiscais e suporte financeiro, assim como as próprias grandes gravadoras e veículos de comunicação se consolidaram no país com estes benefícios estatais, muitas vezes feitos de forma escusa e pouquíssimo transparente. Ou seja, trabalhar para a criação de políticas públicas que valorizem festivais de música, responsáveis pela renovação e descentralização da música brasileira, é algo necessário e continua sendo uma das principais diretrizes de trabalho da entidade (Lopes, 2011)⁶⁷.

Para Lopes, a luta por políticas públicas para o setor independente não está no lado oposto da criação de um mercado sustentável.

⁶⁶

Disponível

em:

<http://www.petrobras.com.br/minisite/memoriacultural/port/musica/EditalPetrobrasdeFestivais.as>
p Acesso em 18 set. 2011.

⁶⁷ Disponível em: <http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/> Acesso em 18 set. 2011.

Isso não significa dizer que não vamos trabalhar para a consolidação de um novo mercado musical brasileiro, ao contrário, é a criação destas políticas públicas consistentes para o setor independente brasileiro que vão ajudar a alavancar este trabalho feito pelos festivais para a consolidação deste mercado. Não podemos ser reducionistas. Para você ter uma ideia, o valor de incentivo para a promoção de uma única orquestra brasileira, como a OSESP, é pelo menos cinco vezes maior do que todos os festivais da ABRAFIN conseguiram captar via Lei Rouanet no ano passado. Uma única grande produção teatral, ou um único longametrage capta o valor que todos os festivais da ABRAFIN captaram neste último ano também. Paralelamente, a porcentagem de atuação sem incentivo é muito maior nos festivais de música do que em todos os outros setores, ou seja, uma provocação como essa só demonstra que precisamos ampliar ainda mais o incentivo aos festivais de música independente, principalmente pela capacidade de contrapartida e resultado apresentados. (Lopes, 2011) ⁶⁸

Recentemente, foi realizada uma parceria com a Associação de Rádios Públicas do Brasil – ARBUP, que viabiliza a transmissão dos festivais via satélite para todo o país, e a produção de boletins semanais em dezenas de rádios brasileiras.

Internacionalmente, a ABRAFIN teve envolvimento com diversos festivais e feiras internacionais, como o *SXSW* e o *CMJ*, nos Estados Unidos; o *Pop Montreal*, no Canadá; a *BAFIN*, na Argentina; a *WOMEX*, o *Transmusicales* e o *Great Escape*, na Europa; abrindo espaço para o intercâmbio com produtores e artistas internacionais.

Outra grande conquista foi a qualificação e criação de espaços de debates sobre a música brasileira. Hoje é uma tendência a realização de seminários e debates como parte da programação dos festivais no país, e a ABRAFIN foi sem dúvida o principal vetor deste processo, conseguindo ter hoje uma plataforma de formação fundamental para que seja possível nivelar nacionalmente o debate sobre a Música e a Cultura, em temas que vão desde a reforma da LDA, até a capacitação na gestão das carreiras, passando por temas como o Plano Nacional de Cultura, as estruturas de exportação da música brasileira e a reforma da Lei Rouanet, além de processos de formação técnica com oficinas e workshops especializados (Lopes, 2011) ⁶⁹.

Porém, mesmo apontando tantas ações da associação, a repercussão midiática ainda é baixa, principalmente devido à falta de uma assessoria de imprensa nacional para a Abrafin. Desse modo, cada festival trabalha com a imprensa de maneira individual.

⁶⁸ Idem.

⁶⁹ Idem.

A grande concentração de ações de comunicação dos festivais está no meio digital. A mobilização das redes sociais, como *Twitter* e *Facebook*, é analisada como principal ferramenta para a divulgação dos eventos, incluindo a transmissão de reuniões e debates. Além disso, é uma forma direta de contato entre os envolvidos nos festivais, sejam produtores, artistas ou público, formando um lugar ampliado para debates.

O alcance desses espaços pode ser constatado, e que é analisado ao final deste capítulo, no momento em que se torna palco para discussões como a remuneração das bandas, em dezembro de 2011, iniciada com uma publicação no perfil do *Twitter* do músico pernambucano China, e que envolveu outros artistas, imprensa, pesquisadores, público e demais profissionais do independente.

Concentrando as ferramentas disponíveis na Internet, muito dos festivais trabalham no esquema de cobertura colaborativa. Segundo o site do *Festival Gaia*, este processo seria um exercício de produção multimídia onde várias pessoas de diferentes áreas do conhecimento se unem para cobrir um evento coletivamente. A produção de conteúdo é desenvolvida utilizando diferentes formatos de mídias como texto, foto, vídeo e rádio.

A cobertura colaborativa pode ser desenvolvida por quaisquer pessoas com o desejo de experimentar essas maneiras de desenvolvê-la a fim de dar atenção exclusiva a um determinado acontecimento através da diversidade de olhares acerca dele. Independentemente da maneira como ela será feita e por quem, a cobertura colaborativa demanda organização prévia e divisão de tarefas que se encaixem ao perfil de cada participante. O ritmo de criação, publicação e divulgação pela web dos materiais produzidos, visa acompanhar o ritmo em que as atividades do evento acontecem.⁷⁰

Até mesmo o público do evento é estimulado a produzir conteúdos e veiculá-los, podendo se integrar a equipe durante a cobertura. Mesmo que isso não se torne participação direta, o envolvimento dos participantes do festival amplia progressivamente a divulgação do evento.

Compartilhando conteúdo, diversos usuários e também meios de comunicação cobrem o mesmo evento, veiculando o material em seus próprios blogs, sites ou portais e compartilham suas produções

⁷⁰ Disponível em: http://www.festivalgaia.com.br/?page_id=50. Acesso em 10 jan. 2012

através das redes sociais (linkando os conteúdos no twitter, por exemplo, utilizando a mesma hashtag para armazená-los) e/ou citando-se uns aos outros através de hiperlinks no decorrer das postagens, fortalecendo assim a rede de informações sobre o evento.⁷¹

Os festivais figuram continuamente entre os veículos especializados em cultural, principalmente entre os sites e blogs de *cultura pop*, como *Urbanaque* e *ScreamYell*, com forte penetração entre o público alternativo.

No entanto, a grande imprensa ainda abre pouco espaço para os eventos. Em pesquisa realizada sobre a cobertura da *Folha Ilustrada* nos últimos 20 anos (Correa, 2011), percebe-se um decréscimo significativo no espaço para os festivais independentes no jornal diário. Entre 1996 e 2002, a cobertura do *Abril pro Rock* era feita diariamente, com enviados especiais à Recife, e mesmo com matérias de preparação para o festival com grande antecedência. Após esse período, com a crise nas gravadoras, não só os olheiros se afastam, mas também os jornalistas da mídia tradicional⁷².

Para Talles Lopes, o fato dos grandes festivais filiados não estarem no eixo Rio-São Paulo colabora para uma sensação de que exista pouco diálogo com a imprensa. Porém, destaca que estes conseguem grande projeção nas mídias locais e regionais, tanto em TV, rádio e impresso.

Bem, sabemos que historicamente a mídia tradicional sempre deu pouquíssimo espaço para a música independente como um todo, não apenas para os festivais. Se fizermos uma avaliação da ocupação de espaço nos últimos cinco anos, que é o período de existência da ABRAFIN, veremos que temos uma ampliação desta relação mídia e festivais independentes.⁷³

Com a transferência da entidade de Goiânia para São Paulo e a contratação de uma assessoria de imprensa nacional, espera-se a ampliação do diálogo com os grandes veículos de comunicação, melhorando, assim, o seu relacionamento com a mídia.

Agora, sem dúvida nenhuma, os grandes veículos nacionais ainda dão pouca abertura, mas acredito que isso não seja apenas uma falha na comunicação da entidade, mas também pelo fato de as linhas

⁷¹ Idem

⁷² Esse afastamento também pode ser entendido como uma crise do próprio jornalismo impresso, já que jornalistas independentes, blogueiros e outros usuários começam a desempenhar tal papel na Internet.

⁷³ Idem.

editoriais não visualizarem o artista independente, e os novos festivais como uma plataforma interessante, até mesmo porque não pagamos jabá e nem investimos em grandes ações de publicidade, e estamos descentralizados pelo Brasil todo. Contudo, acredito ser fundamental investirmos em um trabalho de assessora de imprensa nacional para a entidade, como forma de qualificar este diálogo, e assim ampliar ainda mais este processo de ocupação de espaço, tanto da ABRAFIN, quanto dos festivais independentes (Lopes, 2011)⁷⁴.

Uma das preocupações da nova gestão refere-se ao processo de geração de estudos e indicadores, dados que seriam fundamentais nas negociações coletivas e de captação de recursos. Segundo os produtores, há alguns anos, já foram realizados estudos, isoladamente, normalmente em parcerias com os festivais e as universidades, como os levantamentos do *Demo Sul-PR* (2008) e *Goiânia Noise-GO* (2009). Porém, tais trabalhos não estão disponíveis e nem foram amplamente divulgados.

Em análise, a comunicação específica da Abrafin nos parece problemática. Para uma associação que aponta a troca de tecnologias como chave para o sucesso da rede, a má estruturação de seu site, desatualizado, em que as parcerias indicadas não são as mesmas, as notícias sobre as ações são poucas, a lista dos festivais é incompleta, acaba por gerar desinformação e falta de transparência, o que fragiliza a imagem da entidade.

Em entrevistas, o presidente Talles Lopes destacava que o novo site da entidade entraria no ar em abril, depois em maio de 2011, e que seria “referência de toda nova política de comunicação” a ser desenvolvida.

Tudo isso foi acompanhando de um trabalho de ouvidoria de todos os filiados, numa perspectiva de ampliar ainda mais o acompanhamento e a relação com cada um dos festivais, além de iniciarmos também um maceramento e diagnóstico de dezenas de festivais que já nos procuraram nos últimos seis meses, interessados em se filiar, e que também devem ser acompanhados e atendidos (Lopes, 2011)⁷⁵.

Muito dos novos festivais interessados em se integrar à Abrafin fazem parte de uma movimentação cultural que nasceu junto à associação, sempre com a presença de seus membros e influenciando a postura da entidade. O *Circuito Fora do Eixo* passa a ser o “principal agente influenciador e causador de mudanças da Abrafin” (Turano, 2011). Essas mudanças serão as mais

⁷⁴ Idem.

⁷⁵ Idem.

diversas, como analisaremos a seguir, fazendo uma breve leitura do significado do FDE nos processos culturais atuais.

O movimento *Fora do Eixo* nasce junto com a ABRAFIN, por entender que era necessário construir um movimento mais amplo na música e cultura brasileira, já que uma entidade focada nos interesses dos festivais, até por uma questão estatutária, não poderia e não conseguiria dar conta de todo o espectro da música e da cultura no Brasil. Contudo, o *Fora do Eixo* sempre esteve presente na ABRAFIN, num primeiro momento com produtores de festivais filiados, e num segundo momento ocupando cargos na gestão da entidade. (Lopes, 2011)⁷⁶

3.2 Circuito Fora do Eixo

Ao falar da Abrafin, torna-se necessário analisar, ainda que em linhas gerais, a trajetória e influência do *Circuito Fora do Eixo* nos processos culturais que estão em curso no Brasil e, também, pela progressão de suas ações, encaminhando-se para a América Latina.

O trabalho desenvolvido pelo FDE vem gerando interesse de pesquisadores não só do Brasil, mas também de outros lugares do mundo, por meio de uma complexa rede de ações que abarcam, cada vez mais, aspectos culturais com forte direcionamento político. Na mesma proporção, ele é alvo de polêmicas e críticas, que interferem diretamente sob a Abrafin, como veremos mais a frente na discussão sobre a desfiliação de diversos festivais.

A gênese do *Circuito Fora do Eixo* está no encontro, em 2005, de produtores de coletivos de quatro cidades: Cuiába (MT), Rio Branco (AC), Uberlândia (MG) e Londrina (PR). O objetivo era estimular a circulação de bandas, o intercâmbio de tecnologia de produção e a difusão dos produtos entre os locais. Como lembram Bandeira e Castro (2011), o entendimento de tecnologia abarca também a metodologia e as formas de produzir e difundir cultura. De lá pra cá, o FDE se tornou um ambicioso movimento cultural que se agiganta cada vez mais.

O *Circuito Fora do Eixo* é uma rede colaborativa e descentralizada de trabalho constituída por coletivos de cultura espalhados pelo Brasil, pautados nos princípios da economia solidária, do associativismo e do cooperativismo, da divulgação, da formação e intercâmbio entre

⁷⁶ Idem.

redes sociais, do respeito à diversidade, à pluralidade e às identidades culturais, do empoderamento dos sujeitos e alcance da autonomia quanto às formas de gestão e participação em processos sócio-culturais, do estímulo à autoralidade, criatividade, inovação e renovação, da democratização quanto ao desenvolvimento, uso e compartilhamento de tecnologias livres aplicadas às expressões culturais e da sustentabilidade pautada no uso de tecnologias sociais (Fora do Eixo, 2009)⁷⁷.

Nesse tempo, o circuito ganhou força e hoje está presente em todo o Brasil, além de Argentina, Costa Rica, Honduras e El Salvador. Com isso, soma-se 106 localidades, entre Pontos de Articulação Fora do Eixo, Pontos Parceiros, Pontos de Linguagem e Pontos Regionais, “reproduzindo simultaneamente as práticas de economia solidária, colaborativismo e democratização das tecnologias sociais, ampliando os espaços de reflexão e fortalecendo a relação entre os agentes” (Fora do Eixo, 2011)⁷⁸.

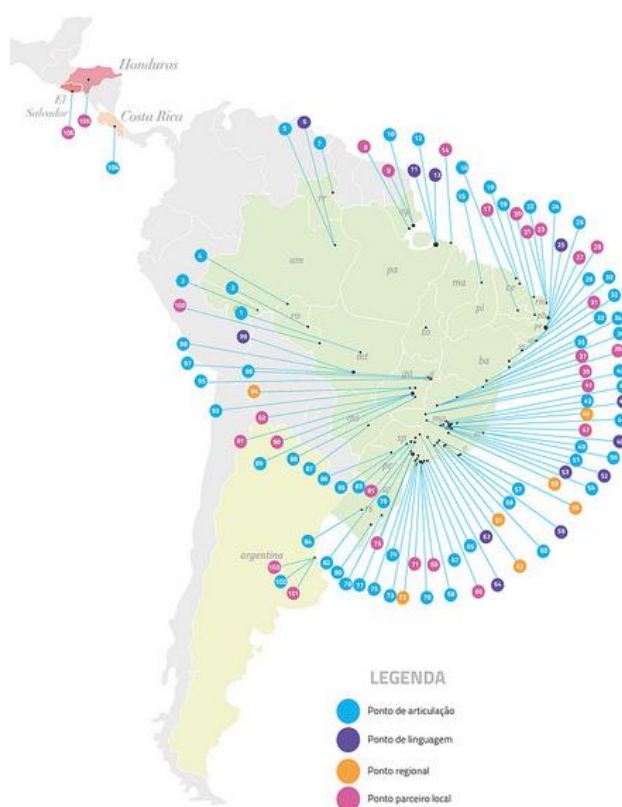


Figura 1: Pontos Fora do Eixo (2011)

Fonte: foradoeixo.org

⁷⁷ Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/institucional/carta-de-principio-do-circuito-fora-do-eixo-2009>

⁷⁸ Disponível em: <http://foradoeixo.org.br/>

De acordo com Lenissa Lenza, coordenador do Banco Fora do Eixo, os pontos têm uma média de cinco integrantes trabalhando em regime de dedicação exclusiva e conta com 42 pontos parceiros.

Os trabalhos são organizados em frentes temáticas, como Economia Solidária, Centro Multimídia, Tecnologias Livres, Artes Visuais, Música, Clube de Cinema, Palco, Partido da Cultura, Universidade FDE, Fora do Eixo Letras. Cada uma das frentes é formada por agentes produtores dos mais diversos Pontos Fora do Eixo de todo o Brasil, que são responsáveis pela concepção dos projetos desenvolvidos pela rede, bem como pela sua aplicação nas cidades. (Bandeira; Castro, 2011)

A rede mantém uma plataforma online que reúne 4.236 usuários, 76 empreendimentos e 192 comunidades.

Se inicialmente as relações de mercado eram mais favoráveis às iniciativas do setor da música, hoje o circuito realiza ações integradas a todos os coletivos e linguagens, fortalecendo o conceito da multilinguagem. O Circuito Fora do Eixo é uma rede de coletivos que atua como multiplicador da cultura, e não apenas no fomento, mas também no estímulo à formação de seus agentes culturais. (Bandeira; Castro, 2011)

Segundo Bandeira e Castro, a enorme capacidade de organização e mobilização desses coletivos traduz-se na realização de mais de cinco mil eventos anuais, dezenas de festivais, com bandas sendo reveladas a cada ano. Isso cativaria públicos cada vez maiores, o que agrega mais espaço nas mídias e oportunidades de apresentações que muitos músicos e bandas de mercados mais tradicionais não teriam.

Fundado com a proposta de criar novos mercados e inovar na maneira de fazer, produzir e “exportar” tecnologia social, o Fora do Eixo vem ampliando cada vez mais o seu leque de ações, estabelecendo relações complexas, controlando novos ambientes e fluxos e, conseqüentemente, abrindo novos desafios e conflitos, derivados de ocupação de espaços antes vazios ou ocupados por outrem, bem como do inevitável surgimento de novos filtros e gargalos. (Bandeira; Castro, 2011)

As ações do Circuito visam muita mais que criar plataformas para a produção e circulação de música. As ambições expressadas por seu principal articulador, Pablo Capilé, indicam uma movimentação social que enxerga na cultura um meio de mobilização para fins maiores.

O que nós estamos formando são pontos de conexão. A música é o carro chefe para a estruturação dessa história. Mas o objetivo é a gente ter 500 pessoas que não tem nenhuma bandeira, mas que conectam todas as bandeiras. O papel da rede é ser plataforma e corredor para escoar linguagens, independe da linguagem. Hoje em dia a música ainda tá contaminando demais. Música não é fim, é meio. A música só é o primeiro passo. A música facilitou que a gente construísse essa musculatura para a rede⁷⁹.

Tais ações chamam a atenção, tendo uma recepção tanto positiva quanto negativa. Muitos músicos criticam o Circuito, ao dizerem que ele fortalece os produtores e o próprio nome, enquanto aos artistas a única coisa oferecida é a visibilidade.

Um ponto de divergência nevrálgico nesse debate, então, seria o papel dos festivais. Enquanto o *Fora do Eixo* os entende como – a exemplo das feiras de música – um circuito criado para dar visibilidade, formar público e ser visto por jornalistas, produtores e gerentes ou donos de casas de shows, que resultarão em boas e remuneradas oportunidades, muitos artistas entendem que estes grandes eventos são para apresentação para o grande público, sem grandes perspectivas de negócios, e que devem remunerar o artista, que seria a razão deles existirem. (Bandeira; Castro, 2011)

Outro ponto diz respeito à captação de recursos públicos para a realização de festivais e outras ações de produção cultural. O circuito passaria por uma institucionalização, ligado a práticas que gerariam a dependência governamental e reforçariam somente o seu poder político. O *Fora do eixo* estaria, cada vez mais, nos eixos, ainda mais após a mudança de seu escritório nacional para uma grande casa no bairro da Liberdade, em São Paulo⁸⁰

Essas críticas vêm de pessoas que acham que o CFE está perdendo

⁷⁹ Entrevista ao blog Garganta. Disponível em vídeo no endereço: <http://vimeo.com/11838724>

⁸⁰ Em respostas a essas críticas, Talles Lopes afirma: O Fora do Eixo, apesar de ter nascido como uma articulação de cidades e estados fora do eixo Rio-São Paulo, sempre se definiu não como um movimento geográfico, mas sim como uma nova forma de se olhar para a produção cultural, num movimento que criticava os processos desenvolvidos pela indústria cultural, representada na música pelas grandes gravadoras, as famosas “majors”, que coincidentemente tinham suas sedes e campos principais de trabalho no eixo. Sempre soubemos que o desenvolvimento desta nova forma de trabalho teria como consequência a busca do diálogo com o eixo, até mesmo porque existem uma grande quantidade de artistas nestas cidades que também não se sentem representados e atendidos pelo processo desenvolvido anteriormente. (...) Trata-se de um movimento que busca o Eixo, não dentro da lógica da cooptação como ocorria anteriormente, com os artistas de outros estados sendo pinçados e emoldurados dentro de estruturas centralizadoras, mas sim da contaminação e da negociação, mantendo um compromisso forte com os princípios que fizeram com que o movimento crescesse e chegasse também a cidades como São Paulo e Rio de Janeiro.

seu utopismo. Eu argumento, ao contrário, que essa institucionalização é necessária para ter ainda mais incidência na reestruturação dos circuitos de oportunidade para a atividade cultural. O interessante do CFE é que são, ao mesmo tempo, utópicos e pragmáticos. Isso é muito evidente nas suas ações políticas, como o papel organizador na *Marcha da Liberdade*, ao começo de junho. Poder-se-ia dizer que o CFE é na verdade um amplo e diverso movimento social. (Yúdice, 2011, p. 41)

O conceito de “utopismo pragmático” sugerido de forma provocativa por Yúdice (2011) parece ter a carga semântica “contraditória” necessária para se localizar a postura dos articuladores do *Fora do Eixo*. Como pode ser percebido nas falas de seus atores, sua construção discursiva faz os mais diversos caminhos para expressar necessidades políticas, do associativismo, da criação de redes, utilizando os mais diversos meios práticos presentes nas publicações sobre administração, gerenciamento, marketing.

O *Fora do Eixo* cria, portanto, uma geração que se utiliza sem a menor preocupação ideológica de aspectos positivos da organização dos movimentos de esquerda e de ações de marketing típicas dos liberais. É, como disse o teórico da contracultura Cláudio Prado, a construção da geração pós-rancor, que não fica presa à questões filosóficas e mergulha radicalmente na utilização da cultura digital para fazer o que tem que ser feito (Torturra, 2011,

A pesquisadora Ivana Bentes é uma entusiasta do trabalho do CFE, entendendo-o como modelo sintomático das transformações existentes em um regime pós-fordista, superando as dinâmicas de classes pelas “linhas de fuga” das minorias.

A emergência de um movimento transversal, “movimento de movimentos”, com dinâmica própria e singular em cada território, com uma pauta heterogênea, aberta e em construção, sem “central única” ou “comando” dos “iluminados”, que se auto-organiza e cujos “fins” não foram dados a priori! (Bentes, 2011)⁸¹

Fato é que o *Circuito Fora do Eixo* torna-se o principal movimento sociocultural em curso no Brasil, o que deve resultar em diversas iniciativas de pesquisas nos próximos anos, portanto, é difícil teorizar de maneira mais precisa os seus parâmetros de ação. No momento, vamos nos ater aos seus princípios básicos para entendermos como a Abrafin se torna palco da disputa

⁸¹ Disponível em: <http://www.trezentos.blog.br/?p=6056>

entre diferentes perspectivas sobre o processo cultural que o mercado da música no país passa, e quais devem ser os próximos passos.

3.3 Mapeando os festivais

A partir da listagem presente no site da Abrafin, consideramos todos os festivais que tiveram edições em 2011. Dos 39 listados, 30 foram realizados.

Tabela 3: Festivais realizados pela Abrafin em 2011

	Festival	Local	Edição
1	Abril pro Rock	Recife (PE)	19
2	Bananada	Goiânia (GO)	12
3	Cardápio underground	Bragança Paulista (SP)	8
4	Casarão	Porto Velho (RO)	12
5	Contato	São Carlos (SP)	5
6	Cururu e siriri	Cuiába (MT)	10
7	Demo sul	Londrina (PR)	11
8	DoSol	Natal (RN)	8
9	El mapa de todos	Porto Alegre (RS)	8
10	Feira da música	Fortaleza (CE)	10
11	Escambo	Sabará (MG)	4
12	Forcaos	Fortaleza (CE)	13
13	Gig rock	Porto Alegre (RS)	8
14	Goiânia noise	Goiânia (GO)	17
15	Goyaz festival	Goiânia (GO)	5
16	Grito rock	123 cidades no BR + 9 países	8
17	Macondo circus	Santa Maria (RS)	8
18	Mimo	Olinda (PE)	8
19	Mix music	São Paulo (SP)	12
20	Mundo	João Pessoa (PB)	7
21	Nova consciência	João Pessoa (PB)	19
22	Pmw	Palmas (TO)	8
23	Ponto ce	Fortaleza (CE)	6
24	Primeiro campeonato mineiro de surfe	Belo Horizonte (MG)	10
25	Psycho carnival	Curitiba (PR)	12
26	Rec beat	Recife (PE)	16
27	Release alternativo	Goiânia (GO)	7
28	Se rasgum	Belém (PA)	6
29	Tendencies	Palmas (TO)	8
30	Vaca amarela	Goiânia (GO)	10

Fonte: Elaboração própria

As características dos eventos mostram-se cada vez mais diversificadas. Ainda que o predomínio do rock seja claro, outras tendências estéticas possuem destaque. É comum palcos que apresentam artistas de hip hop, rock, mpb, samba e thrash metal. Temos também festivais mais setORIZADOS, voltados para cultura tradicional (como o *Festival de Cururu e Siriri*, em Mato Grosso); rock instrumental e *surf music* (*Primeiro Campeonato de Mineiro de Surf*, em Belo Horizonte); rock e *psychobilly* (*Psycho Carnival*, em Curitiba); e música instrumental e erudita (*MIMO*, em Olinda/Recife). Temos de festival de metal (*Forcaos-Fortaleza*), passando por valorização de artistas GLBTs (*Mix Music*-São Paulo).

Observa-se que os formatos não estão mais concentrados em shows tradicionais, com dois a três dias de duração. Agora, chegam, muitas vezes, a programações que abarcam uma semana toda. Isso se dá porque, cada vez mais, os eventos são focados em experiências culturais que vão além dos concertos. Outras manifestações artísticas são uma constante, sendo que muitos festivais se propõem como espaços de artes integradas. A formação e discussão cultural estão presentes em quase todos os eventos, com seminários, oficinas, debates workshops.

Segundo cálculos, o preço de ingressos gira, em média, em torno de R\$ 15. Em grande parte dos festivais há, ao menos, um dia gratuito, ou descontos por meio da doação de alimentos. Outros, já alcançam picos de até R\$ 80 (sem meia-entrada), no caso do dia do *GIG Rock* que contou com a apresentação da banda americana *Television*.

A partir desse levantamento, apresentamos o mapa a seguir, com a distribuição dos festivais por estados. O único festival que não se encontra neste cálculo foi o *Grito Rock*. Devido suas características (são 132 edições, sendo 9 fora do Brasil, com a circulação de mais mil artistas) terá seus números somados a parte.



Figura 2: Festivais realizados pela Abrafin em 2011 (exceto Grito Rock)

Fonte: Elaboração Própria

O maior número de eventos se concentrou em Goiás, antiga cidade sede da associação. Contudo, não consiste em uma concentração muito maior que em outros estados. Com isso, temos a distribuição regional, em ordem decrescente: Nordeste: 9; Centro-Oeste: 6; Sul e Sudeste: 5; Norte: 4. Com esses dados, observamos que as iniciativas tem se concretizado numa política de gerar eventos fora do eixo Rio-São Paulo, sendo que o Rio de Janeiro não contou com nenhum evento no ano. Não que o objetivo seja excluir as localidades situadas dentro do eixo, mas até então, as ações colaborativas dos festivais se fizeram em regiões diferenciadas.

Se as regiões fora do eixo são pensadas como interioranas, é importante notar dentro do contexto estadual, onde se localizam os festivais. Dos 30, 23 foram realizados em capitais, com destaque para Goiânia (5), Fortaleza (3), João Pessoa (2), Palmas (2) e Recife (2).

Através dos dados coletados pelas programações disponibilizadas pelos festivais, calculou-se um número de 740 artistas que se apresentaram pelo país.

Quanto às bandas que se apresentaram, foram classificadas de acordo com sua origem, mas também buscamos demonstrar quais estados tiveram

mais bandas em circulação. Nem todos os festivais identificam a procedência, por isso, as apresentações contabilizadas na tabela somam 592.

Tabela 4: Origem dos artistas que se apresentaram nos festivais da Abrafin (2011)

Origem	No estado	Fora	Origem	No estado	Fora
Acre	0	0	Paraíba	8	6
Alagoas	0	2	Paraná	23	8
Amapá	0	0	Pernambuco	17	18
Amazonas	0	0	Piauí	0	3
Bahia	0	8	Rio de Janeiro	0	20
Ceará	44	5	Rio Grande do Norte	39	2
Distrito Federal	0	16	Rio Grande do Sul	32	12
Espírito Santo	0	3	Rondônia	12	0
Goiás	83	12	Roraima	0	1
Maranhão	0	3	Santa Catarina	0	1
Mato Grosso	33	1	São Paulo	43	53
Mato Grosso do Sul	0	0	Sergipe	0	4
Minas Gerais	28	10	Tocantins	22	0
Pará	12	8			

Fonte: Elaboração própria

Logicamente, quanto mais festivais o estado possui, maior é o número de apresentações locais, com Goiás (83), Ceará (44) e São Paulo (43). A presença de várias bandas do Rio Grande do Norte, apesar de ter contado apenas com um festival, se deve ao fato da programação Festival *DoSol* de 2011 ter apresentado o maior número de artistas, 70 no total.

Frente a isso, observamos tais estados como principais exportadores de artistas, onde São Paulo (53) ainda mantém a maior origem de bandas que se deslocam para outros locais. Fato é que muitos artistas são credenciados como sendo do estado, quando, na verdade, são oriundos de outras cenas artísticas no país, mas que fazem a opção de migrar em busca de determinados objetivos de carreira.

Durante 2011, o índice de repetição de bandas nas escalações foi relativamente baixo. A banda que mais participou de eventos foi a *Canastra*, do Rio de Janeiro (5), seguida de *Riverbreeze* e *Hellbenders* de Goiânia (4), sendo

que as bandas da cidade apresentam a maior média de repetição (3), devido aos vários festivais realizados na própria localidade, sendo alguns praticamente só formados por bandas da cidade, como o *Bananada*.

3.3.1 X Festival Demo Sul (2010)

Londrina, assim como todo o interior do Paraná, tem no sertanejo o seu principal referencial de identidade. Porém, a maior cidade do norte do estado também possui uma forte cena vinculada ao rock. Como relata Marcelo Domingues⁸², produtor do *Festival Demo Sul*, a cidade sempre foi rota de grandes shows nacionais desde os anos 1980, além de contar com a presença de artistas renomados entre seus habitantes, como Arrigo Barnabé.

Domingues conta que seu envolvimento com o independente inicia-se com a sua primeira banda, *Convulsão*, em 1991, passando depois a trabalhar também na parte de produção. A influência dos primeiros festivais independentes, *Juntatribo* e *Abril Pro Rock*, é decisiva para a primeira empreitada realizada na cidade, o *Londrina Underground Scream*. “A gente realmente acreditava que a MTV ia vir cobrir o nosso evento. É claro que não veio”⁸³.

No entanto, segundo Domingues, o festival realizado na União Londrinense dos Estudantes – ULES esteve lotado para ver a apresentação das locais *Cherry Bomb*, *Animal de Teta*, *Convulsão*, *Gólgota*, *Cyclone Pill* e *GAF*. Houve inclusive a participação dos poetas londrinenses Augusto Silva e Herman Schimtz confeccionando um fanzine com poesias e os *releases* das bandas, e distribuído durante o *Londrina Underground Scream*.

Este se tornou o embrião para que em 2001 se criasse o *Demo Sul*, hoje considerado o maior festival independente do sul do Brasil, ambição já expressa desde sua primeira edição, como enfatiza Domingues. “A gente já vendia o festival naquela época como maior, ainda bem que depois ele se tornou”⁸⁴.

Graças ao lançamento de um edital de cultura do governo municipal incentivando os festivais da cidade (Londrina tem festivais de teatro, dança,

⁸² Entrevista concedida à pesquisa por telefone. Janeiro de 2012

⁸³ Idem.

⁸⁴ Idem.

etc), os membros da Braço Direito Produções desenvolveram o projeto do festival, que viria a ser aprovado. O objetivo era fortalecer a cena musical local, possibilitando a descoberta de novos artistas potenciais.

Em sua concepção, o festival apresentava a preocupação com o desenvolvimento do setor a partir de ações colaborativas, como apresentado em seu site.

Desde a idealização do festival, acontece paralelo ao evento, a Feira Demo Sul. A feira é uma ação que agrega os diversos agentes do ramo, como músicos, lojistas, expositores, produtores musicais, diretores de áudio visual, jornalistas, fotógrafos, designers, etc para trocar experiências e informações a respeito da produção musical. Portanto, a Feira Demo Sul adota um modelo cooperativo de troca (economia solidária), que tem a finalidade de dinamizar bens e serviços oferecidos dentro do setor.⁸⁵

A partir da segunda edição, em 2002, com músicas de todas as bandas que se apresentavam são compiladas em CD nas "Coletâneas Demo Sul", que ganham distribuição nacional. Estas ainda estão disponíveis para *download* integral no blog do evento.

Já em 2003, foi realizado o primeiro *Simpósio de Música Independente*, uma das atitudes pioneiras na perspectiva de discussão e formação na cena. "Este Simpósio nasceu com o objetivo de desenvolver reflexões e conceitos sobre produção, publicidade, comunicação, agenciamento e organização do setor da música independente", retrata o organizador⁸⁶.

O festival também foi membro-fundador da Abrafin, em 2005, e participante da criação do *Circuito Fora do Eixo*. A partir disso, buscou-se a ampliação das ações do evento, com programação durante quase uma semana, com simpósio, *workshops*, shows e mostras.

Em 2006, também paralelo ao festival, surge o projeto Noites Demo Sul, como uma espécie de prévia do evento, na qual as bandas de Londrina, se apresentam em *pocket* shows, com o objetivo de mostrar as composições próprias. Como a ideia teve uma repercussão positiva, em 2007, a Braço Direito potencializou o projeto. Assim, a cada edição, uma banda de outro estado é convidada para se apresentar ao lado das atrações locais⁸⁷.

O site do Festival apresenta alguns dados cobrindo o período 2001-

⁸⁵ Disponível em: <http://demosul.blogspot.com/p/sobre.html>

⁸⁶ Entrevista concedida à pesquisa por telefone. Janeiro de 2012

⁸⁷ Disponível em: <http://demosul.blogspot.com/p/sobre.html>

2008⁸⁸.

- Público direto: 45.000 pessoas
- Público indireto: meio milhão de pessoas
- Participação de bandas regionais: 120
- Participação de bandas nacionais: 65
- Participação de bandas internacionais: 05
- Material recebido: 1.350 - (bandas regionais e nacionais)
- Material recebido: 25 (bandas internacionais)
- Quantidade de imprensa: 120 veículos cadastrados
- Quantidade de Jornalistas: 50 cadastrados de todo Brasil
- Empregos gerados: 400 - (média anual)
- Mais de 300 matérias em sites, TVs, jornais e revistas de todo o Brasil e do exterior.

A importância do festival está expressa também na indicação como melhor festival de música independente brasileira, pelo selo carioca *Midsummer Madness*, sendo, também, indicado duas vezes pela *Revista Dynamite* e ao *Prêmio Toddy de Música Independente* de São Paulo.

Em 2010, o festival adota o modelo de Cobertura Colaborativa. Um grupo de voluntários é responsável por produzir diversos conteúdos, como resenhas críticas das bandas, entrevistas, fotos, vídeos, *podcasts*, e outros materiais de diversas mídias e veiculá-los na *internet* através do *blog*, *facebook*, *twitter*, *youtube*, entre outros, em uma cobertura quase que instantânea do evento.

É nesta edição, comemorativa dos dez anos do Festival, que foi feita a presente pesquisa de campo. A programação se estendeu entre os dias 15 e 23 de outubro. Assim como em 2008, o *Demo Sul* contou com patrocínio da Petrobrás, financiamento que permitiu a participação de nomes de peso como *Tom Zé* e *Pato Fu*. Da mesma forma, segundo a organização, foi possível pagar cachê para todos os 22 grupos que se apresentaram

Quanto à curadoria do evento, além da seleção principal feita pelos organizadores, parte da programação é escolhida pelo público, durante as *Prévias Demo Sul*. Segundo Marcelo Domingues, “é uma forma de chamar o público para participar, e também tornar a seleção mais democrática”⁸⁹. A fase classificatória foi feita durante o mês de setembro, e delas saíram cinco

⁸⁸ Idem.

⁸⁹ Entrevista concedida à pesquisa por telefone. Janeiro de 2012

bandas. A escalação do evento foi formada, então, por 26 bandas divididas em origem: Paraná (15), São Paulo (2), Pernambuco (2), Bahia (2), Rio Grande do Sul (2), Rio Grande do Norte (1), Minas Gerais (1) e Distrito Federal (1).

As atividades do festival abrangeram o *VI Simpósio de Música Independente*, a *Feira Demo Sul*, oficinas e *workshops*, bem como mostras artísticas variadas, além da apresentação de 28 bandas. “A música faz parte do festival, mas o *Demo Sul* não é só show. A intenção do festival é proporcionar a profissionalização de toda cadeia produtiva da música”, explica Marcelo Domingues⁹⁰.



Figura 3: VI Simpósio de Música Independente

(Fonte: divulgação)

O evento aconteceu em diferentes lugares da cidade, ocupando a Vila Cultural Alona, espaço do coletivo que é o ponto Fora do Eixo na cidade; a Concha Acústica, lugar tradicional de apresentações artísticas no centro da cidade; o salão do hotel Sumatra, e nos dias de maior movimento, o Grêmio Recreativo Londrinense, local em que foram montados dois palcos. O Simpósio aconteceu na Universidade Estadual de Londrina, os *workshops* no auditório da Loja Sonkey, e as oficinas nas Vilas Culturais Alona e Kinoarte.

⁹⁰ Idem.



Figura 4: Oficina de audiovisual

Fonte: divulgação

Durante o festival, também foi implementada, em caráter experimental, uma moeda complementar, o *Alona Card*.

Foram realizadas 16 entrevistas semi-estruturadas com o público do evento, nos dias de maior movimentação, 22 e 23 de outubro, nove mulheres e sete homens. A variação de idade foi de 20 a 29 anos.

Todos os entrevistados eram universitários ou exerciam atividades que envolvia uma das instituições de ensino superior da cidade, com maior predomínio da Universidade Estadual de Londrina – UEL. Sendo assim, boa parte é morador da cidade há pouco mais de quatro anos.

Percebe-se uma grande movimentação cultural em torno do festival, mas que se calca majoritariamente em um público universitário, com o predomínio do segmento das ciências humanas.

Considerando que os dois dias possuíam as atrações de maior penetração popular, a maioria dos entrevistados tinha como principal motivação ver uma apresentação em específico (dia 22, Tom Zé, e dia 23, Pato Fu). Todos elogiaram a iniciativa, mas admitiam que só participavam do festival condicionadas pela programação de cada edição. Muitos, mesmo sendo naturais de Londrina, iam ao evento pela primeira vez.



Figura 5 - Público do Demo Sul durante apresentação de Tom Zé no palco principal

Fonte: Divulgação

Para alguns, o rótulo do festival em si se torna o principal atrativo, como no caso da psicóloga Eli Celli, 26 anos. “O termo independente me atrai”.

Mestrando em História pela UEL, Adam, 27 anos, é integrante da banda *Brazilian Cajuns Southern Rebels*, e reforça a importância do festival para os artistas locais. “O festival é bem interessante pelo espaço para bandas autorais, que é o que falta muito em Londrina. Você vai sair tentar vender a sua banda na cena noturna, a primeira coisa é que cover vocês fazem. A gente é cover da gente mesmo”.

Em 2011, o festival foi realizado 14 e 22 de outubro, com 17 atrações musicais. A característica de diversas ações fragmentadas pela cidade foi mantida, mesmo sem o peso do patrocínio da Petrobrás.

Mesmo envolvido tanto com a criação da Abrafín quanto do *Fora do Eixo*, o *Demo Sul* anunciou a sua desfiliação da associação em dezembro de 2011. Mesmo caso do considerado mais importante festival independente da atualidade.

3.3.2 XVI Goiânia Noise Festival (2010)

Goiânia é definitivamente um dos principais pólos de rock no Brasil. Não só abriga um dos maiores e mais importantes festivais de rock independente do

Brasil, o *Goiânia Noise*, como também festivais como o *Bananada* e o *Vaca Amarela*, selos, estúdios e produtores de eventos como *Monstro Discos*, *Fósforo Cultural*, *Rocklab*, bares e casas noturnas voltadas para o gênero, cenário efervescente que tem gerado boa parte das bandas representativas no cenário nacional

Mas, fora os envolvidos na cena, talvez a primeira imagem que venha a cabeça ao ouvir falar na capital goiana seja uma viola.

O desenvolvimento desta cena parece, a princípio, improvável em um local como Goiás, conhecido como um estado rural, agrícola e sertanejo. Isso fica claro em manifestações de figuras públicas importantes, como Roberto Carlos, que denominou a capital goiana como uma “roça asfaltada” – nesse caso, em sentido positivo, de lugar onde todos se conhecem. Essa imagem de “ruralidade” é alimentada pela economia do Estado, baseada na agropecuária, e também pelo estilo de música mais conhecido da cultura local: o sertanejo, representado, em especial, por famosas duplas goianas, como Leandro e Leonardo, Zezé de Camargo e Luciano e Bruno e Marrone. Além disso, essa representação do sertanejo aparece com força na mídia local e nas políticas públicas (Carrijo, 2011, p.1).

O livro de Pablo Kossa, produtor da *Fósforo Cultural*, tem título sugestivo: *Em terra de cowboy quem toca guitarra é louco*. O trabalho conta a história daquele que pode ser tido como o marco para solidificação da cena local, a criação do *Goiânia Noise*, em 1995.

Donos de uma loja de discos, Leo Bigode e Marcio Jr, acompanhavam o surgimento dos festivais em Campinas e Recife no início dos anos 90, o que os incentivou a produzir algo semelhante em Goiânia.

Segundo Leo Hazuk⁹¹, jornalista na época, que viria a ser um dos sócios da *Monstro Discos* e da organização do *Noise*, havia abundância de bandas. “Ao invés de ir jogar bola no fim de semana, a gente ia com os amigos nos estúdios”. Na época, estes circulavam em pequenos shows realizados nos bares da cidade.

A primeira edição Goiania Noise aconteceu em 4 e 5 de maio de 1995, na Praça Universitária, com 14 bandas. As atrações já traziam nomes de fora da cidade (Psycho Drops-SP e Succulent Fly-DF), incluído os goianos *Mechanics*, *Decibéis*, *D'bilóid's*, *CFC*, *Mandatory Suicide*, *Rat Salad*, *Casa Bizantina*, *Jukes*, *HC-137*, *Lettuce*, *Anesthesia Brain*, *Cockatoos* e *Murder*.

⁹¹ Entrevista concedida à pesquisa por telefone. Janeiro de 2012.

O sentido “de independente do que aconteça, acontece”⁹² é amplamente lembrado pelo entrevistado. Hazuk conta que a 4ª edição do festival foi em um cinema pornô. Na 5ª, a ausência de patrocínio fez com que fossem cancelados o local e as bandas de fora, e o evento foi transferido para um bar, somente com bandas da cidade. “A ideia sempre foi dar um passo para trás, para depois dar dois para frente”⁹³.

E os passos foram acelerados a partir de 2001. Através do edital da lei Goyazes, do governo do estado, o festival conseguiu uma base de apoio para estabelecer o formato de três dias de evento e shows alternados em dois palcos. É a partir desse momento que o festival começa a reverberar para o resto do país.

Posteriormente, o que se seguiu foi uma crescente. Como já citado, foi durante a 9ª edição do festival que se chegou ao conceito para a criação da Abrafin, nas conversas entre Fabricio Nobre, um dos organizadores, e Paulo André, do *Abril pro Rock*.

A cidade torna-se referência nacional e o *Noise* aponta como um modelo de festival independente bem sucedido. Pelos palcos de Goiânia passam os novos nomes, os já consagrados, e bandas internacionais atravessando até a preferência do próprio eixo RJ-SP.

Na edição de 2010, o evento apresenta uma programação “inchada”, enfileirando outros eventos e festivais complementares, como o *Festival Release Alternativo* (13/11), *Festival Pé Rachado* (14/11), *Noite Goyaz Festival* (15/11), *Música No Campus* (16/11), *Noite Compacto Petrobras* (17/11) e *Unconvention Factory Brasil* (18/11).

Uma das iniciativas mais interessantes foi a *UnConvention Factory*, que intercalou os debates sobre música com sessões de bandas locais, que ao fim do dia resultaram na gravação de um álbum, disponível para *download* no site do festival. Ideias como essas são partes da *UnConvetion*, uma das principais influências na gestão da Abrafin.

UnConvention é uma comunidade de música, global e popular, que se reúne física e virtualmente para compartilhar idéias; discutir e debater as questões mais relevantes em torno de música, tecnologia e criatividade e que facilita o envolvimento de seus membros com

⁹² Idem

⁹³ Idem

seus pares. *UnConvention* não é sobre o negócio da música. A comunidade sem fins lucrativos tem por objetivo perceber as oportunidades para todos trazidas pelas alterações na maneira que a música está sendo produzida, consumida e sustentada (Unconvention, 2010)⁹⁴.



Figura 6 - UnConvention Factory Goiânia

Fonte: divulgação

Nos dias que levavam diretamente o nome do *Goiânia Noise*, se apresentaram 35 artistas. Na quinta e na sexta-feira, os shows aconteceram no Martim Cererê, espaço já tradicional para os eventos independentes locais. No domingo à tarde, as jovens bandas goianas tocaram no Ambient Skate Shop, e o festival teve seu encerramento com Gilberto Gil e *Macaco Bong*, no campus da Universidade Federal de Goiás.

Como informa Hazuk⁹⁵, a seleção das bandas segue o gosto pessoal dos organizadores. Nesta edição, a procedência das bandas foi: Goiás (13), São Paulo (7), Distrito Federal (3), Rio de Janeiro (2), Rio Grande do Sul (2), Espírito Santo (1), Estados Unidos (1), Inglaterra (1) e Argentina (1).

Segundo a organização, como todos os anos em que se teve patrocínio da Petrobrás, todos os artistas foram remunerados.

Os 18 entrevistados do público, entre os dias 19 e 21 de novembro, traçam um interessante panorama do festival. Foram 11 do sexo masculino e 7

⁹⁴ Disponível em: <http://goianianoisefestival.com.br/unconvention/>

⁹⁵ Idem

do feminino, com idades entre 17 e 27 anos, sendo a maioria residente em Goiânia.



Figura 7: Público do Goiânia Noise durante apresentação da Música Diabo

Fonte: Blog UnderMetal

Entrevistas semi-estruturadas revelaram uma diversidade entre os presentes que comprova uma das afirmações de Leo Hazuk, durante a entrevista concedida. Para ele, a grande diferença entre os festivais, é que nos independentes, o que se vende é o conceito do evento, não necessariamente as bandas. Isso permite realizar o evento independente da capacidade de trazer grandes nomes. O nome do *Noise* seria suficiente para atrair o público, mais que os nomes *lineup*.

Mais da metade respondeu como motivação principal ir ao evento em si, para encontrar os amigos, conhecer pessoas, sem necessariamente querer ver uma banda em específico. “A maioria do pessoal vem pelo evento. Tem gente que nem entra no teatro”, afirma Almeida Filho, estudante de 22 anos.

O contraste entre as ocupações e interesses reforça a ideia de que já existe uma geração do *Goiânia Noise*. Estudantes de ensino médio, universitários, profissionais, *headbangers*, *indies*, *punks*, e pessoas não vinculadas a nenhuma subcultura perceptível partilham do mesmo espaço. A experiência do festival parece definitivamente efetivada na cidade.

Em 2011, a saída de Fabricio Nobre da sociedade, ficando agora responsável pelo *Bananada* e pela *Construtora Música e Cultura*, indicou uma

perspectiva diferente da qual o festival se encaminhava nos últimos anos. A programação foi enxugada para 2 dias, focada unicamente nos shows. Parte da limitação se deve a não participação no edital da lei goyazes, agora que um dos organizadores é também gestor cultural no governo. O patrocínio maior no ano ficou com a Petrobrás, financiando R\$ 250mil do evento, que segundo Razuk, tem um custo médio de R\$ 700mil.

Dias após a realização da 17ª edição, o *Noise* também deixaria a Abrafin.

3.3.3 4º Grito Rock ABC (2011)

Em texto rememorando a história do Grito Rock em seu blog, *Cubista*, Pablo Capilé apresenta a gênese da iniciativa: “Será que ninguém vai fazer um grito de carnaval mais rock ?”⁹⁶. Uma pergunta que surgiu em uma conversa despretensiosa no Espaço Cubo, coletivo de Cuiába (MT), gerou a movimentação do que hoje é um festival de amplitude impressionante. Em 2011, entre 19 de fevereiro e 28 de março, foram 130 edições, em 122 cidades do Brasil, e mais em 8 países da América Latina: Argentina, Bolívia, Chile, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Panamá e Uruguai.

Mas, em 3 de março de 2003, foram 6 bandas cuiabanas se apresentando na galeria Pádua. “Todas as bandas escolhidas tinham um certo envolvimento com as correrias”, relembra Pablo Capilé, organizador do evento.

O coletivo cuiabano, no início Cubo Mágico, foi formado em 2011, por jovens universitários dos cursos de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e da Universidade de Cuiabá (UNIC). A proposta se pautava na ação cultural e política tendo como meio inicial a música. “Desde o princípio inovou em práticas mercadológicas com um discurso voltado para o desenvolvimento do mercado cultural no estado. Suas ações sempre foram planejadas para fomentar um mercado autoral, alternativo e auto-sustentável” (Ferreira, 2007)⁹⁷. A partir desse coletivo é que se formou a

⁹⁶ Disponível em: <http://cubista.blogspot.com/2008/02/grito-rock-2003-o-inicio.html>. Acesso em 3 jan. 2012

⁹⁷ Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/espaco-cultural-ao-cubo>. Acesso em 3 jan. 2012

movimentação que veio a gerar o *Circuito Fora do Eixo*.

Como comenta Ferreira (2007), “não havia demanda para se formar um mercado minimamente sustentável a partir das iniciativas de várias bandas e produtores que vinham movimentando a cena musical alternativa em Cuiabá, desde a década de 80”⁹⁸. Ações isoladas fracassavam diante do esquema do mercado musical. O desenvolvimento de uma cena local forte necessitava do trabalho de base, de formação de público, de profissionalização das bandas, da busca por fomento. É nesse ponto que o Espaço Cubo obteve sucesso.

Criaram a Volume, Voluntários da Música, lançaram a Semus, Semana da Música e investiram num trabalho de profissionalização musical trazendo grandes músicos brasileiros para oficinas e palestras voltadas para a formação e qualificação dos músicos matogrossenses. Produziram shows em série como estratégia para gerar demanda: foram 7 eventos com 15 bandas e público total de 6 mil pessoas em 2002; 30 eventos com 50 bandas e público de 14 mil pessoas em 2003; 22 eventos com 48 bandas e público de 12 mil pessoas em 2004. Abriram um estúdio para ensaios de bandas investindo para uma maior qualidade musical. Envolveram vários grupos atuantes da cidade nessa perspectiva, houve rachas também, mas mesmo assim cresceram e continuaram com seus propósitos. As bases foram lançadas a partir de muita pesquisa nas várias viagens que fizeram, dentre elas, para Goiânia, Brasília e Natal, referências nacionais em realização de festivais independentes para conhecer suas estruturas e trazer know-how. Conquistaram espaços importantes na mídia, consolidaram eventos na agenda da cidade, conseguiram transformar o Festival Calango, seu maior produto, no maior evento musical desse segmento em Mato Grosso. (Ferreira, 2007)⁹⁹

O *Grito Rock* se desenvolve localmente e vai incrementando ações que buscam a formação de uma grande rede de circulação musical, formato este que se torna exemplar para a perspectiva proposta pelo *Fora do Eixo*. Para sua realização o *FDE* conta com os coletivos e parceria das Casas Associadas e apoio Toque no Brasil.

Segundo dados da organização, os 130 produtores confirmados na realização do *Grito Rock* representam um crescimento de 65% em relação a 2010, quando o projeto conectou mais de 80 pontos. Entre os produtores confirmados, 13 estão na região Norte, 18 são do Nordeste, 11 do Centro-Oeste e 17 no Sul, enquanto o Sudeste soma 63 realizadores e 10 cidades são de outros países.

⁹⁸ Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/espaco-cultural-ao-cubo>

⁹⁹ Idem

Basta observar a amplitude geográfica do evento em 2011.



Figura 8: Edições do Grito em 2011

Fonte: grito rock.com

Para a presente pesquisa, a edição do *Grito* visitada foi em São Caetano do Sul-SP. Realizado pela quarta vez na cidade, o *Grito Rock ABC* teve sua programação dividida entre os dias 25 e 27 de março.

O palco para as apresentações foi o projeto Cidadão do Mundo Arte e Cultura, no Centro de São Caetano do Sul. Também um ponto *Fora do Eixo*, o espaço foi criado em 2005, paralelamente ao circuito, e ligado à tradição de um programa de rádio

Nos três dias, circularam *punks*, *rappers*, *rockbillies*, *blueseiros*, alternativos e *hardcores*. Até mesmo um torneio de futebol *society* foi realizado, intercalando com apresentações de bandas ska.

O grande diferencial do *Grito Rock ABC* é que ele é inteiramente organizado por músicos, artistas, estudantes e jornalistas voluntários, que não ganharão um centavo para realizá-lo. O festival mostra bandas iniciantes – e algumas veteranas – “inéditas” nos veículos da “Grande Mídia”, mas que tem muito sucesso em emissoras de rádio alternativas, universitárias e também em *podcasts*, *webrádios* e sites de música na *internet* (Grito Rock, 2011)¹⁰⁰.

¹⁰⁰ Disponível em: <http://festivalgritorock2011.blogspot.com/>

Mais de 130 bandas se inscreveram para participar do evento no Cidadão do Mundo, por meio do site “Toque no Brasil”.

Sobre as bandas não selecionadas, Robson Timóteo¹⁰¹, coordenador do grupo reforça que pode haver retorno para elas em outros eventos.

Isto não significa que as bandas não escolhidas seja ruins, de forma alguma. Apenas temos um espaço e um tempo limitado no festival. Mas, entraremos em contato com esses outros grupos ao longo do ano e, dependendo da disponibilidade deles e da agenda do espaço, eles também poderão realizar alguns shows aqui em nosso palco (Timóteo, 2011).

No dia visitado para a pesquisa, acontecia o *Pré-Manifest* dentro do *Grito Rock ABC*. Com um público de pouco mais de 50 pessoas, se apresentaram bandas punks da região do ABC paulista. O terceiro e último dia funcionou como uma prévia do *Manifest 2011*, soma dos festivais *SP PUNK* e *O começo do Fim do Mundo*, dois dos mais importantes festivais brasileiros de Punk Rock/Hardcore realizados em São Paulo nas décadas de 1980, 1990 e 2000.

Historicamente, São Caetano Sul, integrada às outras cidades do ABC e a zona leste paulista, é espaço tradicional da cena punk, formada por jovens de classe baixa na década de 80 (Janotti Jr, 2006).

As entrevistas foram feitas com cinco participantes, 3 do sexo masculino e 2 do feminino, entre 15 e 26 anos. Constatou-se que a participação de todos era condicionada por seu envolvimento com o movimento punk. Exemplo, o jovem de 16 anos que se apresenta apenas como Ceará Punk, ou a professora de história Marina, que diz estar há 15 anos nos festivais *undegrounds*.

Podemos pensar que dentro de localidades em que existem subculturas fortemente desenvolvidas, como na capital paulista e região metropolitana, os eventos independentes servem como catalizadores dessas diferentes manifestações. Isso difere do trabalho ainda em formação de sociabilidades mais visíveis em torno do consumo cultural, como acontece nas localidades interioranas.

¹⁰¹ Entrevista concedida no evento. Março de 2011.



Figura 9 - Grito Rock ABC

Fonte: Divulgação

Para 2012, o *Grito Rock* cresce ainda mais em abrangência. Agora são 15 países: Brasil, Honduras, Costa Rica, Guatemala, Argentina, Bolívia, Colômbia, Chile, Honduras, Nicarágua, México, EUA e Portugal.

Das 203 inscrições para realização, em 61 cidades o Grito Rock será realizado pela primeira vez. Entre os produtores, 38 estão na Região Sul, 36 da Região Nordeste, 81 no Sudeste, 13 no Centro Oeste e 19 na Região Norte. Segundo o blog do Coletivo Catraia, “boa parte desses produtores ainda não desenvolveram relação com o FdE, mostrando que o projeto transcende o Circuito e atrai produtores diversos para a realização do Festival”¹⁰².

O crescimento contínuo de edições e participantes coloca a organização do festival como modelo de operacionalização integrada em rede, seguindo a proposta de ações culturais empregadas pelo *Fora do Eixo* como um todo.

Frente à debandada dos festivais tradicionais, o *Grito Rock*, seja por seus impressionantes números ou pelo seu formato, aparece como o mais forte exemplo do que se pretende para o futuro da Abrafin.

3.4 O ‘racha dos *indies*’

Desde a sua criação, a Abrafin sofreu também com críticas. De maneira geral, podemos pensá-las a partir de três polos. Por um lado, uma parcela da

¹⁰² Disponível em: <http://coletivocatraia.blogspot.com/2012/01/produtores-de-200-cidades-e-15-paises.html> Acesso em 18 jan. 2012

mídia critica continuamente um suposto atrelamento estatal que geraria uma dependência crônica dos festivais de políticas de incentivo cultural. Tal ponto é tomado com mais detalhe no capítulo 4. Além disso, somam-se uma discussão envolvendo a questão do direcionamento de políticas culturais e a capacidade de sustentabilidade e ação política dos festivais.

Nos outros dois, artistas questionam a formação de um grupo pequeno e fechado circulando pelos festivais, as *panelinhas*, além de criticarem a ausência do pagamento de cachês; e entre os próprios festivais, manifesta-se descontentamento com uma presença excessiva do *Circuito Fora do Eixo* no direcionamento da associação, o que resultou em diversas desfiliações durante os últimos anos.

3.4.1 Artista pedreiro x artista estrela

“Artista igual pedreiro” não é só o nome do disco instrumental da banda cuiabana *Macaco Bong*, eleito o melhor de 2008 pela revista *Rolling Stone Brasil*. É o conceito de qual postura um artista deveria ter frente ao cenário musical atual na concepção de segmentos do independente como Abrafin e Fora do Eixo. Tal concepção tenta expressar que o artista deve se comprometer além da música, atuando em todos os aspectos que envolvem a cadeia de produção, com especial atenção a política. Também, visa representar todos que trabalham na construção do cenário cultural como iguais, o que difere daqueles que viveriam ainda no sistema do “artista estrela”.

Esse envolvimento maior do músico independente não é algo novo, mas parte de todo o processo de desenvolvimento do setor.

A atuação bem sucedida dentro do mercado independente parecia implicar num alto grau de compreensão dos aspectos envolvidos na produção e comercialização do disco. A esse respeito, Antônio Adolfo afirmava: “eu mesmo lanço e comercializo meus discos. Produzo a parte musical, faço a capa, mando prensar, mando imprimir e viajo por todo o Brasil, indo pessoalmente vender nas lojas o LP (Vicente, 2006, p.5).

“Conhecer todos esses novos processos culturais que estão rolando é fundamental para qualquer pretensão artística que se venha a ter hoje em

dia”¹⁰³, diz o baterista da *Macaco Bong*, Ynaiã Benthroldo. A política está em todas as partes.

Pablo Capilé nota que cada vez mais essa consciência faria parte dos novos artistas.

Então, acho que essa consciência política tem avançado muito. E a galera está mais consciente da importância de seguir a canção, mas carregar a caixa. E isso me deixa bastante estimulado, porque tem se multiplicado de uma maneira muito rápida. O Brasil inteiro hoje tem esse discurso do “Artista Igual Pedreiro” como discurso central: ou para bater e criticar, ou para absorver e fazer. Do mesmo jeito que o Cachê, a Abrafin, o Fora do Eixo, essa discussão do “Artista Igual Pedreiro” está no cerne dos debates. Se você olhar, hoje as principais discussões do mundo da música estão em torno de: Abrafin, Fora do Eixo, Artista Igual Pedreiro e Cachê. Uma parte é década de 80 pra caramba, que não quer facilitar a entrada do novo e outra parte falando “caramba, isso tudo é o que a música brasileira precisava”. Mas só de ter essa polarização já é uma característica clara de que politicamente o cenário avançou demais, porque antes as pessoas nem evidenciariam essas opiniões.¹⁰⁴

E a polarização tem se feito bem presente. Em entrevista a *Rolling Stone Brasil*, em 2010, o guitarrista e vocalista da banda *Cidadão Instigado*, Catatau, dispara

Acho esses festivais e a entidade que os organiza [Abrafin] uma máfia. São sempre as mesmas bandas e toda vez que nos chamam é pra fazer show quase de graça. Não tenho mais idade pra desvalorizar a minha música. Até brincamos entre a gente que vamos fazer a Abramim - Associação Brasileira dos Músicos Independentes¹⁰⁵

A resposta de Pablo Capilé, em entrevista ao *site O Inimigo* inicia com um posicionamento que tem servido de base para muitos de seus críticos.

Eu sou dentro da ABRAFIN um defensor de que não se deveria pagar cachê às bandas. Festival é uma mostra. É entender que uma banda só vai ter um público de 6000, 7000 pessoas em Cuiabá, no *Festival Calango*. Se a banda não entender que o principal lastro dela é público, se mata também. Tem um exemplo forte disso que é o *Cidadão Instigado*. O *Cidadão Instigado* vai numa revista e fala que a ABRAFIN é uma máfia. Só que o *Cidadão* está acostumado com o padrão SESC de cachê. Aí acredita que aquilo que o SESC banca para ele, é o que ele tem que receber. Só que lá em Cuiabá o *Cidadão Instigado* não leva 30 pessoas. Essas 30 pessoas pagando R\$ 20.0 dá R\$ 600.00. E o meu festival é praticamente gratuito. Mas se pagassem R\$ 20.00, dava R\$ 600.00. Aí a gente triplica isso pelo

¹⁰³ Entrevista concedida à pesquisa por telefone. Janeiro 2012.

¹⁰⁴ Disponível em: <http://www.labic.net/?p=244>

¹⁰⁵ Disponível em: <http://rollingstone.com.br/edicao/36/cidadao-independente>

valor agregado, a banda esteticamente é bacana. Então além da bilheteria, vamos dar uma triplicada nisso aí. Dá R\$ 1.800,00. Só de cachê o cara me pede R\$ 4.000,00. Então só de cachê saímos em um déficit de R\$ 2.200,00, sem contar as passagens. Então se ele não consegue equilibrar isso, entender que o festival forma público e que para ele voltar e ter público teve que construir esse lastro, fica difícil estabelecer uma negociação¹⁰⁶.

Em uma segunda entrevista, em março de 2011, Capilé esclarece seu ponto de vista novamente.

Então a minha opinião como vice-presidente da Abrafin é, obviamente, que todas as bandas têm que receber. Só que eu acredito que remuneração não é só espécie. Para mim cachê não é só grana. Existem mil formas de remunerar o artista. Só que se o artista entende que a remuneração por parte de determinado festival é bacana, ele topa; se não entende, ele não topa. Mas, a Abrafin não tem posição homogênea nesse sentido porque tem mil festivais. A posição da Abrafin é: todos os agentes dessa cadeia produtiva tem que ser remunerados. E essa remuneração é acordada pelo agente e pelo organizador do festival. Não dá pro festival explorar o artista e não dá para o artista só usar o festival de trampolim. Isso acordado, de uma maneira saudável, para nós, está no jogo¹⁰⁷.

Na mesma linha de *Catatau*, o pernambucano *China* dá voz ao descontentamento. Após uma série de discussões na rede social *Twitter*, com apoiadores do *Fora do Eixo*, e principalmente com o guitarrista do *Macaco Bong*, Kayapi, o músico publicou em seu blog o texto “Fora do eixo e longe de mim”.

Eu vivo da música e preciso receber os cachês dos shows para conseguir sobreviver. Ainda não estão aceitando *culo card* na padaria e em nenhuma conta que eu tenho que pagar no fim do mês. Eu me valorizo como artista! E tenho certeza absoluta que tenho que ser remunerado pelo meu trabalho. Ou melhor, qualquer trabalho tem que ser remunerado. (...) Foda é quem pega dinheiro público para fazer um festival de música, por exemplo, e não paga aos artistas, que são a matéria prima da coisa toda¹⁰⁸.

Uma resposta ao texto de China foi postada no *Música Fora do Eixo*, por Atílio Alencar, Gestor da *Casa Fora do Eixo Porto Alegre*, diretor de comunicação da Abrafin e produtor do *Macondo Circus-RS*. Entitulado “Fora do Eixo, mas perto de tod@s”

¹⁰⁶ Disponível em: <http://www.oimigo.com/blog/2010/01/11/mercado-mutante-independente/>

¹⁰⁷ Disponível em: <http://www.labic.net/?p=244>

¹⁰⁸ Disponível em: <http://chinaman.com.br/fora-do-eixo-e-longe-de-mim/>

Se algum artista tem a expectativa de que o *FdE* cumpra o exato papel das antigas corporações da indústria cultural, está equivocado. São papéis e momentos históricos radicalmente distintos. De acordo com essa forma de pautar cultura e política, o empoderamento de artistas e gestores é o que interessa. Ninguém está atrelado de forma restritiva à necessidade de um mediador. Há sim uma dinâmica de ação em rede que faz de cada ponto a própria rede: tanto faz se o artista é “do Fora do Eixo” ou não. Importa que ele entenda e tenha clareza de que quando se trata de lidar com uma rede colaborativa, ele não está no mesmo tipo de negociação empreendida via mercado convencional¹⁰⁹.

Podemos gastar páginas e páginas com as falas de ambos os lados. Tanto é que Gustavo Mini, guitarrista e vocalista da banda gaúcha Walverdes, organizou, recentemente, o Tumblr *Discurso Alternativo*, postando “a produção escrita (e um pouco falada) da discussão independente”¹¹⁰.

De todo modo, cabe resumir a dois questionamentos. Os festivais da Abrafin têm predileção por um determinado grupo de “músicos amigos?” Qual é a capacidade de ação da associação junto à questão de remuneração, em dinheiro, dos artistas nos festivais afiliados?

Respondendo a última pergunta, na prática só se pode ter um posicionamento discursivo, pois em diversas entrevistas a resposta do presidente da Abrafin observa que esta não tem jurisdição sobre a curadoria e negociação com as bandas.

Em princípio a ABRAFIN respeita a autonomia dos festivais na condução do seu trabalho, e não interfere nos processos de negociação entre o festival e o artista. Agora, é evidente que a ABRAFIN defende e trabalha para que todos possam ser remunerados de forma justa, e todo o trabalho político para ampliação de políticas públicas e busca de maiores recursos neste setor, vem com a intenção de qualificar os festivais, e conseguir desta forma esta remuneração justa para todos. Sabemos, contudo, que esta ainda não é a realidade de todos os festivais independentes no Brasil, e que muitos ainda trabalham sem apoio nenhum e sobrevivem apenas pela dedicação e força de vontade do produtor local, que coloca seus bens pessoais a serviço da música independente brasileira. Se o festival tem recurso do poder público ou de grandes empresas privadas, defendemos abertamente esta remuneração. Inclusive, um fator curioso, quando a ABRAFIN ajudou a Petrobras e a Funarte a criarem seus editais para festivais de música, fomos nós quem sugerimos e exigimos que se colocasse dentro do edital a obrigatoriedade da

¹⁰⁹ Disponível em: <http://musica.foradoeixo.org.br/index.php/2011/11/fora-do-eixo-mas-perto-de-tods/>

¹¹⁰ Disponível em: <http://discursoalternativo.tumblr.com/post/15679514556/a-producao-escrita-e-um-pouco-falada-da-discussao>

Quanto às *panelinhas*, como já foi analisada no mapeamento dos festivais, a taxa máxima de repetição de uma banda entre 30 festivais foi de cinco vezes. Um número baixo em um universo de mais de 700 artistas. De qualquer maneira, a curadoria dos eventos, como evidenciada pela pesquisa de campo, atende, sobretudo a critérios subjetivos de seus organizadores. Pela princípio da autonomia presente na formação associativa da Abrafin, não parece possível um controle nesse quesito. Formada por pessoas envolvidas em toda cadeia produtiva da música, é natural que haja a predisposição por determinado artista, seja por questões estéticas, ou pela capacidade de atrair público, gancho necessário para todos os festivais.

A proposta apresentada pela associação para escapar de um esquema de privilégios, que seria a reprodução da mesma lógica que se acompanha até hoje a circulação de artistas pelas rádios (Kischnehevsky, 2011), está no trabalho contínuo com a plataforma do *Toque no Brasil*, em que os artistas podem se cadastrar para concorrer a vagas nos festivais, sabendo de antemão quais são as condições para a sua participação.

O problema é que mesmo sendo a principal plataforma de visibilidade entre os novos artistas no Brasil, os festivais independentes não tem como dar vazão a tudo o que é produzido. Aproveitando-se dos bancos de dados que nos estão disponíveis, e que não passam por um critério de seleção para serem incluídos, a rede *Last.Fm* reunia, até a pesquisa feita por Santini (2010) em 2009, 16 milhões de artistas e 56 milhões de usuários. Uma proporção de quatro usuários para cada artista.

Se levarmos em consideração que só 2,1% ou 2050 dos 97.751 álbuns publicados em 2009 venderam mais do que cinco mil cópias, torna-se óbvio que ganhar visibilidade numa escala de massa é impossível para quase todos os artistas. Para que isso ocorra, as *majors* precisam investir muito na divulgação e promoção de um artista. Tendo isso em vista, a estratégia do Circuito Fora do Eixo é bastante inovadora: o grande desafio é conseguir alcançar algum nível de sustentabilidade num mundo globalizado, num mercado bastante desigual (em função especialmente da atuação dos grandes conglomerados transnacionais de comunicação e entretenimento) (Yúdice, 2011, p. 44)

Como observa Fabricio Ofuji, do *Movéis Colonias de Acaju*, um dos grandes nomes a sair do independente nos últimos anos, ingressar no mercado demanda investimento.

A banda que opte pela circulação nos festivais tem o seguinte caminho: geralmente, existe o investimento inicial que inclui a compra de instrumentos, educação musical e ensaios. Depois, há o segundo investimento, no caso, na gravação de músicas – seja algumas para demonstração ou até mesmo um disco cheio. Os primeiros convites para participação em eventos acontecem após o desempenho favorável de comentários entre aqueles que ouviram, indicação nas redes sociais pela internet e resultado de público nas primeiras apresentações, além do serviço de curadoria dos eventos. O ambiente dos festivais é favorável às bandas porque reúne um público considerável, há jornalistas locais e nacionais convidados e a boa repercussão pode garantir outros shows na mesma cidade, além de indicação para outros festivais (Ofuji, 2010, p.25).

Em um momento que a ideia de sucesso é cada vez mais restrita (apesar de ainda existirem artistas que conseguem receber esse título), o independente se apresenta como qualquer campo de trabalho de nível médio, como expressa o então presidente da Abrafín, Fabricio Nobre.

Sucesso hoje é o cara fazer aquilo que ele gosta e conseguir pagar suas contas. Na música, acho que nossa geração não vai pegar o glamour de outros tempos. O Macaco Bong é uma das bandas que mais faz show no Brasil, pode ser que paguem pra tocar, como também podem ganhar um bom cachê. Já fizeram mais de 100 shows num ano e chegaram a ganhar cachê de R\$ 20.000,00. Mas as condições são as mais variadas, vai de carro próprio ou carona até avião. Podem ficar em hotel barato ou casa de amigo. Além disso, fazem trabalho de técnicos de palco, promovem workshop, transmissão de show para internet e participam de seminários nos festivais. Sabem a realidade que vivem e fazem aquilo que gostam (Ofuji, 2010, p.23).

O natural é que as discussões se prolonguem, provavelmente, sem que se chegue a um consenso.

3.4.2 Festivais analógicos X Festivais digitais

Com a eleição da nova diretoria, formada principalmente de figuras ligadas fortemente ao *Fora do Eixo*, o ano de 2011 transformou a Abrafín em um espaço ainda mais interessante para se pensar os processos em curso no independente.

Analisando os tons das críticas, não se nota distinção entre a associação e FDE. Dessa forma, muitos dos festivais associados mais antigos,

demonstram incomodo com a mistura entre as duas entidades, o que se projeta nas críticas de que a Abrafin vem se tornando espaço exclusivo para festivais com o direcionamento do FDE.

Em junho de 2011, *Porão do Rock-DF*, *Mada-RN* e *Eletronika-MG* abandonam a entidade. Gustavo Sá, produtor do *Porão do Rock*, justifica a saída em matéria da *Rolling Stone Brasil*.

Fomos fundadores, ao lado de outros ajudamos a criar, consolidar e fazer a Abrafin crescer, mas saímos há alguns meses. Não compartilhamos mais dos ideais dela, a Abrafin foi absorvida pelo *Fora do Eixo* e eu, pessoalmente, não compartilho com as ideias deles", afirma o diretor. "Isso de não pagar cachê, por exemplo, sou totalmente contra. Todas as bandas que tocam no *Porão do Rock* ganham algum tipo de dinheiro, elas não pagam para tocar. Fora que achamos que a Abrafin ficou muito politizada. Sou produtor de rock, não sou político, não quero me eleger.¹¹¹

A mesma revista publica uma resposta escrita pelo atual presidente, Talles Lopes. Segundo ele, não é problemática a relação entre *Fora do Eixo* e Abrafin, a partir do momento que ambos sempre foram parceiros no desenvolvimento das novas plataformas da música brasileira, e em todas as gestões sempre estiveram presentes pessoas ligadas ao *Fora do Eixo*.

Uma das coisas é uma distorção comum nas abordagens que são feitas das atuações de determinados movimentos da música no Brasil, que é insistir em uma dicotomia entre música e política. Quando vem de um festival como o *Porão do Rock*, que fica em Brasília, fica até mais complicado da gente entender essa suposta oposição. Acho que a partir do momento que festivais se organizam, se juntam para buscar uma ação comum dentro de uma associação, isso é uma atividade política. Acho meio inócuo ficar discutindo esse tipo de coisa. A gente quer, justamente, através de uma ação política, de criação e de trabalho da entidade, melhorar a estrutura da música brasileira.¹¹²

A desfiliação desses festivais evidencia uma possível divisão entre os perfis de festivais independentes, não propriamente entre novos e antigos, mas entre os produtores que são mais ligados ao Mercado e ao Segundo Setor, e os que estariam envolvidos com o Terceiro Setor. Na perspectiva do presidente, o equilíbrio entre ambos seria o grande desafio a ser encarado pela

¹¹¹ Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/noticia/edicao-14-do-porao-do-rock-e-o-festival-independente-em-2011/>

¹¹² Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/noticia/talles-lopes-responde-comentarios-de-gustavo-sa-diretor-artistico-e-produtor-executivo-do-porao-do-rock/>

Abrafin, principalmente porque não são fronteiras rígidas, com campos de contaminação entre as iniciativas.

De todo modo, reforça a diferença entre os festivais “analógicos e digitais”.

Eu, na verdade, tenho uma avaliação para a saída de alguns festivais da entidade. E, de forma alguma, passa por questão de pagamento de cachê ou priorização da política em detrimento da música, e muito menos a ocupação da Abrafin por um outro grupo. A Abrafin teve um papel muito interessante nessa história recente da música brasileira, o 'empoderamento' de novos festivais e produtores no país inteiro. E tivemos também um crescimento muito grande de festivais mais novos, como o Se Rasgum, Quebramar, Coquetel Molotov, Contato. Todos eles com no máximo sete anos, nasceram quase que junto com a Abrafin. Esses festivais que foram crescendo junto se adaptaram melhor a essa nova dinâmica de acesso ao patrocínio, passando por editais públicos. Isso tudo, inclusive, foi algo muito debatido dentro da entidade: o perfil dos festivais 'analógicos e digitais'. Alguns dos mais antigos, que tinham um modelo de trabalho bem cristalizado antes do nascimento da Abrafin e que, na leitura deles, eles estavam perdendo espaço para esses novos festivais. Se você for ver os três festivais que saíram - Eletronika, Porão do Rock e Mada - são três casos desse tipo.¹¹³

O mesmo pensamento é trilhado pelo ex-vice-presidente da associação, Pablo Capilé.

Você tem duas tendências dentro da Abrafin, você tem grandes festivais mais antigos que vêm do *modus operandi* anterior, e você tem os novos festivais mais ligados à economia solidária, e é óbvio que eles não vão compor em tudo, e é óbvio que, em determinado momento, eles vão disputar espaço. E os novos festivais ocuparam muito mais espaço dentro da entidade e os antigos festivais, em determinado momento, se sentiram um pouco deslocados (Turano, 2011, p.63).

O natural desconforto dos festivais frente aos novos membros inseridos em uma lógica diferente de produção (Turano, 2011) tornou o sentimento em ação: 13 festivais deixaram a associação em dezembro de 2011. Destes, 11 faziam parte dos 16 eventos que fundaram a Abrafin em 2005.

Uma carta aberta apresenta as motivações que geraram o abandono de *Goiânia Noise Festival*, *Abril Pro Rock*, *Casarão*, *Psycho Carnival*, *DemoSul*, *53 HC*, *PMW*, *RecBeat*, *MADA*, *El Mapa de Todos*, *Campeonato Mineiro de Surf*, *Gig Rock* e *Tendencias*.

Discutindo os rumos tomados pela entidade nos últimos anos, estes

¹¹³ Idem.

festivais, apesar de sua diversidade, apresentam dois aspectos em comum: não pertencerem ao coletivo *Fora do Eixo* (ainda que praticamente todos eles possuam parcerias pontuais com este mesmo coletivo) e não se sentirem representados pela ABRAFIN.¹¹⁴

Para estes, a Abrafin tem que ser capaz de abarcar a complexidade, as diferenças e particularidades de seus festivais membros. No atual contexto da produção musical independente brasileira, vários caminhos e abordagens são possíveis, mas tal multiplicidade estaria sendo colocada a parte pela adoção de um modelo único de funcionamento.

A ABRAFIN não é e jamais deverá ser *Fora do Eixo*. Com erros e acertos, o *Fora do Eixo* é uma das diversas possibilidades no trabalho com a música independente brasileira. Não é a única. Infelizmente, nos últimos anos, houve uma indevida sobreposição entre as duas entidades. O fato desta reunião da ABRAFIN estar acontecendo dentro de um Congresso *Fora do Eixo* é prova irrefutável desta sobreposição. A opinião pública, obviamente, tem sido incapaz de diferenciar ABRAFIN e *Fora do Eixo*. Cabe à ABRAFIN se desfazer deste erro e voltar a lidar com a multiplicidade de enfoques que existe em seu arcabouço.¹¹⁵

As mudanças pretendidas pela direção também foram forte componente. Pontos como o fim da condição de três anos consecutivos para filiação de festivais e a criação de circuitos regionais, fragmentando a coordenação, representariam um enfraquecimento da entidade.

O documento também aborda que a Abrafin vinha, nos últimos tempos, encarando de forma animosa a relação com bandas e artistas, o que poderia “transformar o circuito de festivais congregados pela entidade num pastiche do *mainstream* da velha indústria fonográfica”.

Por fim, a politização da associação e um suposto foco único na obtenção de recursos junto ao poder público aumentam de vez a distância com o grupo, que afirma que a preocupação deve ser a busca pela sustentabilidade, trabalhando na criação de um mercado cultural médio.

Ser ponta de lança na efetiva construção de um mercado independente sustentável é um dos pilares da ABRAFIN. Tal construção passa, necessariamente, pelo apoio do poder público progressista. Por esta via, o uso de verbas públicas deve ser estratégico e voltado para a construção, a médio e longo prazos, deste mesmo mercado. Desafortunadamente, o que se tem visto é uma ABRAFIN que cada vez mais enxerga os recursos públicos

¹¹⁴ Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/blog/sobretudo/?id=1204169&tit=psycho-carnival-demo-sul-e-outros-11-festivais-deixam-a-abrafin>

¹¹⁵ Idem.

como um fim e não como um meio. É papel da ABRAFIN buscar recursos não apenas junto ao poder público, mas também à iniciativa privada, sempre tendo a independência como paradigma de primeira ordem¹¹⁶.

Depois de seis meses sem se comunicar oficialmente pelo seu site, cuja última atualização é de 21 de junho de 2011, a entidade lança a resposta através do sugestivo título Abrafin 2.0 em sua *fanpage* no *Facebook* e anuncia: “É hora da Rede das Redes!”.

No contexto da cultura digital e da multiplicidade orgânica dos agentes da cultura brasileira, a Associação Brasileira de Festivais Independentes deve se entender como uma entidade que radicaliza a gestão horizontal e a democratização das plataformas onde a experiência e força de um, só cresce a partir da conectividade intensa com novos agentes, prontos para multiplicar e arregaçar as mangas pelo acesso livre e pleno a essa produção. Durante estes anos a gestão centralizada em uma diretoria funcionou e trouxe grandes ganhos para a Associação, entretanto dentro da lógica da rede, a entidade precisa ser descentralizada e ser de todos para todos e diversos modelos estarão em contínuo contato e troca¹¹⁷.

Frente à saída dos 13 festivais, 53 novos afiliados são anunciados, em um texto que traça o caminho para que associação se torne a Rede Brasileira de Festivais Independentes.

Mais do que um simples termo, a Rede vem extremar sua transparência e permeabilidade. Surge para 2012 um novo organograma, onde são criados os Circuitos Regionais e os Circuitos Estaduais de Festivais, prontos para receber uma demanda estimulada pela própria ação da entidade, que multiplicou o número de festivais existentes de uma forma quase incontrolável. Na visão da gestão e da maioria dos festivais filiados, qualquer ação de fechamento da entidade para novos festivais vai contra seus princípios porque, mais do que aberta para novos, ela estará cada vez mais atuante na multiplicação de festivais por todo País.¹¹⁸

Para tanto, a associação define três eixos prioritários para estar de acordo aos desafios de fazer música no século XXI: 1) Descentralização dos processos de Gestão / Estruturação dos Circuitos Regionais de Festivais; 2) Capacitação e Qualificação do Mercado Musical; 3) Programa de Intercâmbio Cultural.

¹¹⁶ Idem.

¹¹⁷

Disponível

em:

http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=299965653381397&id=307925372581213

¹¹⁸ Idem.

O primeiro ponto abrange o desenvolvimento de uma plataforma de Circuitos Regionais, como o já existente em Minas Gerais. Com isso, busca-se a constituição e a qualificação de um circuito regional forte e potencializado pela capacidade de troca entre todos os festivais. As Regionais dariam o apoio e fariam o acompanhamento desses novos festivais, conectando-os à entidade, até que em sua 3ª edição possam fazer, definitivamente, parte do Colegiado Nacional de Festivais.

Numa sociedade em rede, não faz sentido a lógica do mercado, que pauta apenas a sobrevivência dos mais fortes. Se o principal objetivo da entidade é desenvolver o cenário de festivais independentes no Brasil, temos que pensar que hoje temos condições de identificar os novos empreendimentos com muita rapidez, e a partir daí, fazer um acompanhamento que garanta a qualificação daquele festival¹¹⁹.

A ABRAFIN também passa a ter um programa sistêmico de qualificação e capacitação do setor musical local, a partir dos festivais independentes. Um sistema de circulação de agentes culturais (artistas, produtores, gestores públicos, jornalistas e intelectuais) formará um conselho consultivo da entidade, que servirá como principal ponto de avaliação e auxílio para os eventos.

Soma-se, também, um programa de formação continuada pelos festivais, atendendo a um cardápio de oficinas e *workshops* oferecidos.

O programa de intercâmbio cultural será resultado da parceria com Associação para o Desenvolvimento da Indústria da Música na Ibero-América, a ADIMI, que conta com representantes de 15 países latino americanos, mais Portugal e Espanha.

A entidade irá desenvolver um projeto de circulação internacional de artistas latino americanos pelos festivais brasileiros. “A ideia é selecionar artistas que tenham projetos musicais representativos da cultura do seu país, para, a partir disso, potencializarmos as trocas culturais com o Brasil”.

A parceria também irá permitir o mapeamento dos festivais latino americanos, “buscando ampliar as redes e circuitos regionais na América Latina, e ampliar desta forma a circulação musical independente por todo o continente”.

¹¹⁹ Idem.

Temos uma agenda política em andamento, e que precisa ser atualizada sempre; temos as diversas interfaces institucionais e mercadológicas que precisam ser exploradas, mas mais do que isso, temos uma nova cultura de colaboração e articulação em rede a ser posicionada e apontada como presente, e não apenas um futuro desejável.¹²⁰

3.5 O calendário de festivais em 2012

Junto ao texto Abrafin 2.0, foi divulgado o calendário de eventos confirmados para 2012. Dos 70 festivais programados, 53 são novos afiliados.

Tabela 5: Calendário Abrafin 2012

Janeiro	Local	Edição
Circuito Sertão é Mais Rock	Cajazeiras, Sousa, Nazarezinho, Catolé do Rocha, Pombal, Patos, São João do Rio do Peixe, Uiraúna, São José de Piranhas (PB)	3ª
Goyaz Festival	Goiânia (GO)	6ª
ABC do Som	São Caetano (SP)	5ª
Fevereiro		
Encontro da Nova Consciência	Campina Grande (PB)	20º
Março		
Grito Rock	186 cidades no Brasil + 14 países	8ª
Abril		
ABC pro HC	São Bernardo (SP)	14ª
Satolep Circus	Pelotas (RS)	4ª
Maio		
Bananada	Goiânia (GO)	13ª
Martelada	Brasília (DF)	3ª
Maionese	Maceió (AL)	8ª
Gaia	Araraquara (SP)	3ª
Rock Sertão	Nossa Senhora da Glória (SE)	11ª
Junho		
Festival Fora do Eixo	Goiânia/BH/RJ/SP	4ª
Festival Canja de Artes Integrada	Bauru (SP)	3ª
Julho		
Festival Brejo	Piracanjuba (GO)	3ª
Cajá Rock	Cajazeiras (PB)	15ª
Festival Caipiro Rock	Serrana (SP)	16ª
Festival Gramophone	Sete Lagoas (MG)	3ª
Escambo	Sabará (MG)	5ª
Forcaos	Fortaleza (CE)	14ª

¹²⁰ Idem

Agosto

Paris em Concerto	Paraibuna (SP)	3ª
Festival Megafônica	Belém (PA)	3ª
Alambique do Som	Barbacena (MG)	3ª
Encontro Novas Tendências	Uberaba (MG)	6º
Musical Mente Plural	Niterói (RJ)	3ª
Feira da Música do Nordeste	Fortaleza (CE)	11ª
Pá na Pedra	Ribeirão das Neves (MG)	3ª

Setembro

Contato	São Carlos (SP)	7ª
Vaca Amarela	Goiânia (GO)	11ª
Transborda	Belo Horizonte (MG)	3ª
Festival Balido	Ipatinga (MG)	2ª
Varadouro	Rio Branco (AC)	7ª
AR Festival	Itabirito (MG)	6ª
TomaRRock	Boa Vista (RR)	5ª
Festival Até o Tucupi	Manaus (AM)	6ª
Esquina Instrumental	Brasília (DF)	3ª
Festival Goma	Uberlândia (MG)	5ª
Festival Sem Paredes	Juiz de Fora (MG)	2ª
Marreco	Patos de Minas (MG)	5ª

Outubro

Festival Suíça Bahiana	Vitória da Conquista (BA)	3ª
UFSCTOCK	Florianópolis (SC)	4ª
Morrostock	Sapiranga (RS)	6ª
Festival Timbrada	São José do Rio Preto (SP)	2ª
Piqui Atômico	Catalão (GO)	4ª
Festival Bigbands	Salvador (BA)	5ª
Cardápio Underground	Bragança Paulista (SP)	9ª
Festival Fagulha	Ribeirão Preto (SP)	4ª
Festival Siriema	Catalão (GO)	4ª

Novembro

Se Rasgum	Bélem (PA)	7ª
DoSol	Natal (RN)	9ª
Ponto.CE	Fortaleza (CE)	7ª
MixMusic	São Paulo (SP)	13ª
#VaiSuldeMinas	Poços de Caldas (MG)	3ª
Feira Noise Festival	Feira de Santana (BA)	3ª
7ª Release Alternativo	Goiânia (GO)	7ª
Monsters of Roça	Paraibuna (SP)	8ª
Macondo Circus	Santa Maria (RS)	9ª
Manifestasol	Caxias do Sul (RS)	5ª
FUMU	Sorocaba (SP)	2ª
Festival Gemada	Barretos (SP)	2ª
Moassa Rock Festival	Esteio (RS)	3ª

Festival Cardume de Artes Integradas	Santa Luzia (MG)	2ª
Fogo no Cerrado	Campo Grande (MS)	5ª

Dezembro

Goiaba Rock Festival	Inhumas (GO)	6º
La Onda	Vespasiano (MG)	2ª
Mundo	João Pessoa (PB)	8º
Aberto de Surf de Campina Grande	Campina Grande (PB)	3º
Festival Quebramar	Macapá (AP)	5ª
Dezembro Independente	Suzano (SP)	4ª

A “Abrafin 2.0” passa a ser formada, majoritariamente, por festivais jovens, com média 3 edições, mínimo de duração para sua aceitação conforme o atual estatuto da associação – que será alterado, contando que alguns dos festivais inscritos estão na sua 2ª edição. O predomínio de eventos fomentados por *pontos Fora do Eixo* é ainda mais visível.

O novo calendário resulta em uma grande alteração na cartografia dos eventos, com forte inchaço no segundo semestre, tradicional concentração dos grandes festivais de marcas no Brasil.

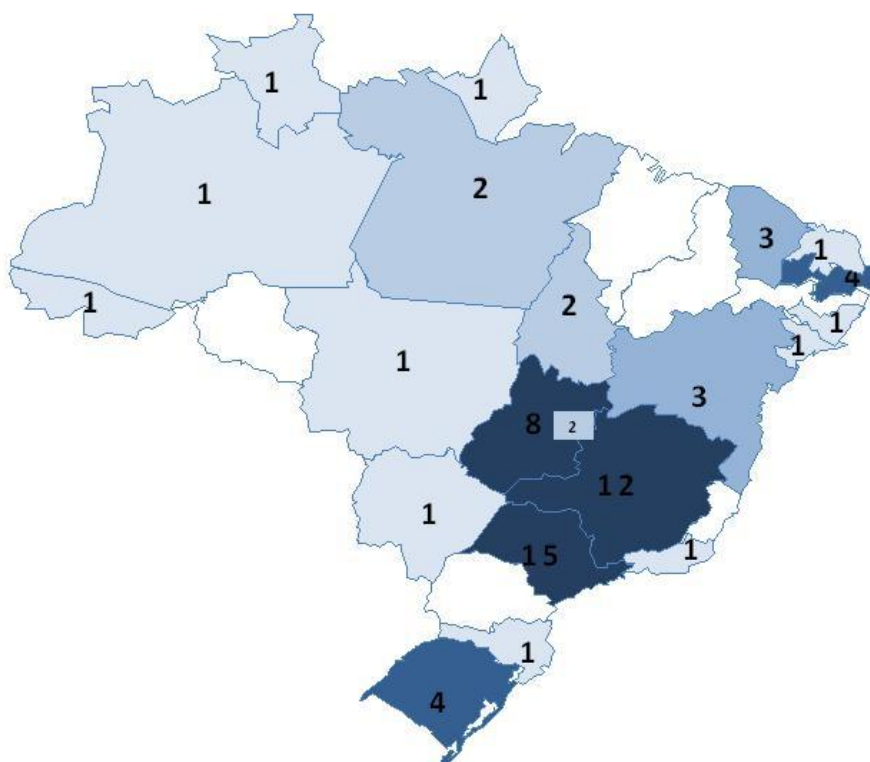


Figura 10: Festivais programados pela Abrafin para 2012 (exceto Grito Rock e Festival Fora do Eixo)

Fonte: Elaboração própria

São Paulo, Minas Gerais e Goiás formam o grande “triângulo independente”, concentrando 50% dos festivais. Muito se deve ao cenário de que os dois primeiros estados, São Paulo e Minas Gerais, já estariam adequados ao projeto de rede da ‘nova’ Abrafin, devido à existência dos Circuitos Estaduais de Festivais Independentes, principalmente o mineiro. Soma-se a isso, a presença cada vez mais articulada do *Fora do Eixo* e a transferência da sede da Abrafin para São Paulo. Com isso, temos a transferência do centro nervoso das ações da entidade do centro-oeste para o sudeste do país.

A cobertura nacional saiu de 13 estados para 20, mais o Distrito Federal. A distribuição regional agora é de: Sudeste (28); Nordeste (13); Centro-Oeste (12); Norte (7); Sul (5). No momento, a maioria dos eventos localiza-se no interior dos estados, 57, mais de 80% do total.

Com esses dados constata-se um aparelhamento natural aos princípios de ação cultural do *Fora do Eixo*, com a busca da formação de uma rede cada vez mais ampla (segundo Talles, projeta-se passar dos 100 associados muito em breve). Com isso a Abrafin perde em parte a visibilidade artística propiciada pelos festivais dissidentes, mas ganha fogo na ação política por investimentos no setor, em ações que colaboram pelo desenvolvimento de regiões que sofrem com o afastamento dos grandes centros culturais, bem como se apresenta seu ‘corpo físico’ no centro econômico e cultural do país.

A “rede das redes” se espalha e se embrenha pelos processos culturais que estão em ascensão, em números que só tendem a crescer. De toda a forma, o aspecto de que produções culturais resultarão daí, são cada vez mais imprevisíveis.

4. LIMITES DA INDEPENDÊNCIA E DA AUTONOMIA: INTERSECÇÕES ENTRE POLÍTICA, ECONOMIA E CULTURA

Apesar de a cultura ser entendida como fundamental para o desenvolvimento social, ela ainda é vista por setores mais conservadores da sociedade como uma atividade supérflua (Herschmann, 2010a). No entanto, é evidente que sem cultura não há cidadania (Miller, 2009). Mais do que isso: a produção e o acesso à cultura partilham de um ideal de desenvolvimento amplo e socialmente mais equilibrado.

Por isso, a discussão a respeito de políticas culturais é relevante, para que elas atendam ao propósito de apoiar as iniciativas culturais, para que haja o crescimento destas, sem que isso signifique dependência do setor público.

A sustentabilidade do setor é uma preocupação constante, como se percebe nas polêmicas na cobertura da imprensa sobre o financiamento estatal e a Abrafin, desde sua criação. A acusação base é de não existe um circuito de festivais independentes sustentável, pois a partir do momento que o dinheiro público fosse retirado, as iniciativas minguariam. Também se critica a produção cultural que circula pelos eventos, pois a falta de compromisso com o mercado, geraria a despreocupação com a qualidade artística preocupada.

Porém, acabaria mesmo? Será que a dependência do independente é tão grande? Que interesses políticos podem ser identificados nisso? Ainda temos a visão de que economia, governo e cultura não se misturam? Ao mesmo tempo em que a politização do setor contribuiu para o crescimento da cena, ela se tornou uma amarra? Enfim, perguntas nas mais diversas perspectivas, para as quais não temos a presunção de dar respostas definitivas.

A ideia nesta parte da dissertação é analisar o debate sobre políticas culturais no Brasil, sublinhando os conceitos teóricos acionados e os impasses possíveis. Nesta análise empregaremos a expressão cunhada por Yúdice: de que “cultura é um recurso” (Yúdice, 2005). Para o autor, a cultura hoje seria um recurso estratégico, atendendo prioritariamente (e cada vez mais) demandas

sociais, políticas e econômicas.

4.1 Cultura como recurso

O autor sugere que é possível constatar uma ampliação substancial dos debates sobre a cultura. Como destaca Stuart Hall, esta se torna central do século XX pra cá, o que perpassa tanto seu entendimento “substantivo”, lugar desta na “estrutura empírica real” e na organização das atividades, instituições, e relações culturais na sociedade, quanto “epistemológico”, na maneira em que o conceito de “cultura” participa nas transformações dos modelos teóricos existentes.

Sem sombra de dúvida, o domínio constituído pelas atividades, instituições e práticas expandiu-se para além do conhecido. Ao mesmo tempo, a cultura tem assumido uma função de importância sem igual no que diz respeito à estrutura e à organização da sociedade moderna tardia, aos processos de desenvolvimento do meio ambiente global e à disposição de seus recursos econômicos e materiais (Hall, 1997, p.15).

George Yúdice explora justamente essa sobrecarga de funções da cultura. No atual cenário, ela é apropriada para as mais diversas finalidades, incumbida de minimizar tensões e propiciar o desenvolvimento. Ela é, praticamente, responsável pela paz mundial, deslocando-se completamente das definições convencionais da alta cultura, da antropologia e da cultura de massa. “Com a globalização, o uso da cultura como um recurso - para o jogo político ou transações econômicas - domina e absorve todas as outras definições”¹²¹ (Yúdice, 1999a, p. 95).

À primeira vista, parecemos nos confrontar com uma visão extremamente drástica, praticamente a consolidação do pesadelo frankfurtiano da transformação em pura atividade industrial (Adorno; Horkheimer, 1985). No entanto, quanto a isso, Yúdice previne-se de uma visão fatalista.

A cultura como recurso é muito mais do que mercadoria; ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e aquilo que Foucault denominou de sociedade disciplinar... são absorvidas por uma racionalidade econômica ou ecológica, de tal forma que o

¹²¹ No original, em espanhol: “Con la globalización el uso de la cultura como un recurso – para el juego político o para las transacciones económicas – predomina sobre y absorbe todas sus otras definiciones” (Yúdice, 1999a, p. 95).

gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento – em “cultura” e seus resultados - tornam-se prioritários (Yúdice, 2004, p.15).

Sendo agora tratada como recurso estratégico, passa a ser fundamental a sua gestão. Há uma atenção às possibilidades de consolidação de áreas que sofrem com a falta de interesse do mercado. Com a completa sujeição ao consumo de todos os âmbitos da vida, não cabe à mão invisível do mercado definir os mais aptos a sobreviverem nessa selva.

Yúdice compara a cultura à natureza, na qual se busca justamente a preservação dos diferentes tipos que a compõe, pois “cada vez mais, tanto nos recursos culturais quanto os naturais, gerenciamento é o nome do jogo” (2004, p.14).

Em entrevista a Heloisa Buarque de Hollanda, o autor expressa que, apesar da resistência a essa instrumentalização da cultura, pensar dessa maneira é uma questão prática.

Eu sempre fui muito crítico com relação ao uso da arte para fins práticos. Mas, acho que a esta altura vou ter que mudar. A arte vai ser usada, quer eu queira quer não. A minha idéia agora é que a cultura seja vista como um recurso. E quando você pensa que a cultura é recurso, o único jogo que existe é o do gerenciamento, da gestão dos recursos. É como na ecologia. Eu poderia continuar com a idéia da arte para a transcendência, uma arte para fins não instrumentais, mas mesmo assim, a arte vai continuar sendo usada. Eu posso ser um artista “puro”, mas quando colocar minha obra em um museu, estarei contribuindo para o PIB da cidade. Quando as pessoas pensam em criar um museu, elas justificam o museu pela arte, mas esse museu vai certamente contribuir para a economia da cidade. Então, queira eu ou não, a arte será sempre um recurso. (Hollanda, 2005)

Com a unificação dos interesses envolvidos em uma chamada “economia cultural”, as políticas públicas são significativas na definição do modo de governabilidade.

4.2 Políticas culturais no Brasil

Ao entendermos a política cultural como um “programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas”,

(Coelho, 2004) traçamos um breve histórico.

Observamos na era Vargas uma atenção do Estado à atividade cultural no Brasil, que se distanciava um pouco do trato acessório na primeira República, em especial com o ministro Gustavo Capanema na cadeira do Ministério da Educação e Saúde entre 1934 e 1945 (Nascimento, 2007). A criação de órgãos como o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), o Instituto Nacional do Livro (INL), o Serviço Nacional do Teatro (SNT), o Instituto Nacional da Música (INM) e o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) são marcos de uma ação mais regulatória.

Na época da ditadura militar, em 1970, temos a criação das secretarias estaduais de cultura. Em 1985, já na reabertura democrática, o governo Sarney institucionaliza o Ministério da Cultura, finalmente separado do setor educacional. A tônica das ações, em qualquer dos regimes, gira em torno da implementação de programas que visam à difusão e valorização da produção regional e nacional, com maior ou menor sucesso (Reis; Marco; 2003).

Com uma significativa redução de importância no governo Collor, mesmo sendo o período de aprovação de uma das leis mais representativas na política cultural brasileira, a Lei Rouanet¹²², os anos 90 foram uma época de diminuição na interferência governamental.

Nos anos seguintes, na administração Fernando Henrique, a gestão do ministro Francisco Weffort é marcada por uma política de Estado mínimo, seguindo a tônica neoliberal. “Neste caso o papel do Estado limita-se a situar as políticas de estímulo à cultura na escala local, enquanto a ação do empresariado e mais a participação individual do cidadão se encarregam do financiamento à cultura de uma forma mais efetiva” (Nascimento, 2007, p.12).

Na crítica de Lia Calabre, isso trouxe enormes dificuldades operacionais para um ministério recém-criado. “Ao terminar tal gestão, o Minc tinha como principal atividade aprovar os processos que seriam financiados através da Lei de Incentivo à Cultura” (2007, p.11). Porém, em artigos publicados a época de seu ministério, Weffort chama atenção para o caráter econômico da cultura.

A relevância do mercado para a cultura e, de outro lado, a da cultura

¹²² Lei Federal nº 8.313/91 de Incentivo à Cultura, que permite às empresas interessadas em patrocinar projetos culturais a isenção de 4% de seu imposto de renda devido anualmente, e às pessoas físicas, 6%.

para o desenvolvimento econômico talvez sejam aí as mais significativas diferenças impostas pela época atual às concepções de cultura, no Brasil, desde Mário de Andrade e dos pensadores dos anos 20 e 30 [...]. Diferentemente daquela época, porém, hoje é impossível deixar de reconhecer a relevância do mercado no campo da cultura, assim como a da cultura na economia (Weffort, 2000, pp. 64-65).

A partir de 2003, acompanhamos uma enxurrada de textos, na maior parte do tempo, excessivamente entusiasmados a respeito das ações do Ministério da Cultura, encarregado por uma renomada figura artística nacional, o músico Gilberto Gil. Foram feitas alterações em leis de incentivo, consultas e fóruns com diversos segmentos, tanto artísticos quanto sociais, além da criação de secretarias especiais, como de Políticas Culturais, de Articulação Institucional, da Identidade e da Diversidade Cultural, de Programas e Projetos Culturais e a de Fomento a Cultura.

Pelo menos textualmente, também, observa-se a busca de um fortalecimento da pasta, em uma revisão que daria conta do próprio conceito de cultura, de acordo com o imperativo contemporâneo do recurso, articulando as dimensões simbólicas, cidadã e econômica.

Segundo Pedro Tierra, no programa de governo elaborado na campanha do Presidente Lula, a área da economia da cultura abrange tanto “a indústria de entretenimento como a produção e difusão das festas populares e objetos artesanais, ou seja, é a área capaz de gerar ativos econômicos independentemente de sua origem, suporte ou escala.” (Tierra, 2005)

Essa perspectiva utilitária é constantemente reafirmada, como na proposta de reforma da Lei Rouanet.

O novo projeto de lei fortalece a noção de cultura como pólo estratégico de um novo ciclo de desenvolvimento humano no país, ligado às metas de universalização do acesso, defesa da diversidade e fomento à criatividade cultural, além do desenvolvimento da economia da cultura no Brasil, que já responde por cerca de 5% do universo de trabalhadores, apesar da informalidade ainda muito presente¹²³.

O desenvolvimento local é fator preponderante no discurso geral. Ao tratar do Brasil, impregnado do clichê de nação continental de povos múltiplos,

¹²³ Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2010/01/projeto-15-28jan10-web.pdf>

o investimento na pluralidade de manifestações culturais e a descentralização regional são questões fundamentais. Como destaca Herschmann (2010a), em diálogo com Zallo, o local se torna o ponto de partida do desenvolvimento, mesmo tendo em vista uma dimensão global.

Zallo considera crucial para as políticas públicas hoje o desenvolvimento das indústrias culturais dos próprios territórios, pois só assim será possível, segundo ele, garantir a diversidade cultural: "(...) não se trata de defender a diversidade, mas sim de construí-la. Essa responsabilidade não é transferível aos outros, nem aos países dominantes. Trata-se de apostar na própria indústria cultural como um eixo central das políticas territoriais e industriais" (Zallo apud Herschmann, 2010c, p.)

Essa interseção é que nos chama a atenção os festivais independentes. Articulados ao mercado maior da indústria da música, em situação delicada de maneira geral (Herschmann; Kischnevsky, 2006), desenvolveram uma rede de ação que chama atenção principalmente pela sua distribuição no país, indo exatamente de encontro com a proposta de diversificação da produção, dando especial atenção às cenas locais envolvidas.

Mas é claro que nem tudo são flores.

4.3 “Se o governo cismar, o *indie* acaba?”

Se nos últimos anos, os eventos ganharam visibilidade por sua organização, mobilização e pelo conteúdo, digamos, artístico apresentado, também passam a estarem mais expostos, sendo foco de debate. Encontra-se, também, em situação de traçar escolhas significativas para a sua continuidade.

As discussões já vinham correndo em vias mais organicamente ligadas aos festivais, como nos blogs e nas listas de e-mail dos envolvidos. A Abrafin vira cenário de luta política interna e de disputa pelo o que representa a cena independente agora e daqui para frente. Chega o momento em que se torna pauta dos cadernos de cultura da dita grande mídia, em colunas que colocam em xeque, sobretudo, o financiamento governamental, o aparelhamento ao Estado.

O que propomos é analisar os textos que veicularam sobre o tema, seja em nível de mídia alternativa ou massiva, percorrendo sobre a ideia de cultura como recurso, o posicionamento das políticas culturais brasileiras e as possíveis implicações resultantes.

Em coluna no suplemento jovem Folha Teen, em 17 de maio de 2010, na *Folha de S. Paulo*, principal jornal em circulação no Brasil, Alvaro Pereira Jr traz o provocativo título “Se o governo cismar, o *indie* acaba”, no qual apresenta a noção que os festivais nacionais estariam completamente dependentes dos incentivos governamentais, gerando um problema crônico para a manutenção da cena.

Conhece Claudio Jorge Oliveira? É o nome mais importante do rock brasileiro. Mas não toca guitarra nem canta. É executivo, coordenador de patrocínios à música da Petrobras. Ele tem a chave do cofre de onde sai o dinheiro para os maiores festivais de rock *indie* no Brasil. Se Oliveira zerar a grana, ou a Petrobras decidir investir em coisa melhor, a cena roqueira "independente" acaba. No dia seguinte. (...) Depois que, no Brasil, a indústria da música foi para o espaço, o Estado virou o mantenedor do rock *indie*. E, quando o dinheiro público começou a fluir, essa estrutura foi aparelhada por quem já estava organizado. O *indie* estatal construiu uma burocracia cheia de tentáculos. Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin), Coletivo Cubo, Circuito Fora do Eixo etc. Várias entidades, poucos dirigentes. (...) Como o cinema da época da Embrafilme, o *indie* estatal virou as costas para o mercado. Não se importa em vender CDs, downloads ou ingressos. Com sua estética nacional-regionalista, não quer ficar maior do que está. Não precisa de fãs, precisa do governo. (Pereira Jr, 2010)

Obviamente, com o grau de visibilidade propiciado pela discussão, o texto foi alvo de inúmeras críticas e, também, de aprovações. Prontamente, primeiro em microtextos no Twitter, depois reunidos em uma publicação no blog parceiro *Na Agulha*, o então presidente da Abrafin, Fabrício Nobre, respondeu.

É excelente que os governos no mundo todo dêem suporte as ações culturais, e que cada vez mais dêem a musica/cultura marginal devida relevância. No estado brasileiro, a prática do apoio a estas atividades de forma mais transparente, via editais públicos claros é recente, e por isso impressiona “desavisados”. E mais, mesmo que o apoio de estados e empresas privadas seja que cada vez mais frequente e organizado, no Brasil é ainda tudo muito tímido. E mais ainda, tal apoio não chegou nem perto de sua potencialidade plena, temos muito o que avançar.¹²⁴

Adelvan, do blog *Programa de Rock*, reverbera a discussão acrescentando uma suposta apreensão de uma perspectiva neoliberal do “velho discurso do estado mínimo, do louvor à iniciativa privada”, enquanto, em

¹²⁴ Disponível em: <http://nagulha.com.br/reflexoes-rapidas-sobre-o-texto-da-folhateen/>

consonância com o discurso do desenvolvimento pela cultura, acrescenta que

o dinheiro público deve servir, dentre outras coisas, para fomentar atividades culturais legítimas que existem em nichos porém não têm maior visibilidade porque não estão inseridas no contexto da cultura de massas. Não é que estas atividades deixarão de existir pela falta de incentivo estatal, elas apenas continuarão no seu nicho e se tornarão invisíveis para o grande público.¹²⁵

Em matéria na mesma *Folha de S. Paulo*, do dia 18 de maio, os números envolvendo os investimentos da estatal Petrobras são apresentados, com declarações de membros da associação ou da cena independente, que aparecem corroborando com a tese inicial do colunista do jornal.

O Programa Petrobras Cultural foi criado em 2003. Anualmente, distribui verbas para festivais de música. Na edição 2008-2009, o investimento foi de R\$ 2 milhões; na edição 2010, de R\$ 3 milhões. Atualmente, 44 festivais de música de todas as regiões do Brasil estão filiados à Associação Brasileira de Festivais Independentes (Abrafin). Segundo Pablo Capilé, vice-presidente da Abrafin, apenas seis festivais ligados à associação receberam dinheiro via Petrobras neste ano. "Sem apoio estatal, conseguiríamos fazer os festivais, mas não seria possível fazer circular muitas bandas", diz. A opinião é compartilhada por Rodrigo Lariú, dono do selo Midsummer Madness, do festival Evidente (RJ) e integrante da Abrafin. Para Lariú, a questão que reúne os festivais *indies* e o dinheiro público se encaixa dentro de uma discussão mais ampla: a que envolve o uso das leis de incentivo no país. "Hoje é quase impossível conseguir que um empresário privado patrocine diretamente um festival. Se ele pode deduzir o investimento do imposto de renda, por que ele botaria dinheiro sem leis de incentivo?" (Ney, 2010)

Como enfatiza Nascimento (2007), devido ao fato da Petrobras estar duplamente vinculada ao Estado e a um mercado industrial competitivo, e ser a maior patrocinadora cultural do país, nos mais diversos segmentos artísticos, uma análise de suas ações no campo da cultura deveria ser exclusivamente realizada.

Contudo, a questão maior que permanece é se a articulação dos festivais com as políticas culturais governamentais gera esse quadro de dependência crônica. Mesmo que sim, isto não estaria de encontro às práticas culturais que tem que ser preservadas para não ficarem a mercê do mercado? Porém, da mesma forma, as relações de poder na organização dos festivais concentradas em sua associação, acabam gerando pontuais disputas políticas que interferem, inclusive, na legitimação dos eventos junto ao público.

¹²⁵ Disponível em: http://pdrock-sergipe.blogspot.com/2010/05/ainda-sobre-os-festivais_20.html

Neste ano, festivais tradicionais como Humaitá pra peixe-RJ e Eletronika-MG saem na circunstância chamada de “racha dos *indies*”. Meses antes à veiculação na coluna da *Folha de S. Paulo*, o site *Laboratório Pop*, vinculado, digamos, aos dissidentes da associação, realizou uma série de postagens chamada “Abrafin em Foco”, expondo o descontentamento com a gestão dos recursos, diferenças políticas e a condução dos festivais, nas chamadas “panelinhas” de artistas.

Em foco estão uma suposta verba da Funarte de R\$ 10 milhões, que seria liberada aos festivais, de forma ainda não clara, e uma suposta manobra política de inchaço da Abrafin para manter o grupo de Fabricio Nobre na presidência, na eleição do fim do ano. A falta de clareza e de debate na distribuição dessa verba é que vem desagradando aos grandes festivais. A manobra vem sendo chamada de Bolsa-Roqueira, numa alusão ao Bolsa-Família do PT, que garante os votos ao partido em lugares mais carentes oferecendo dinheiro às famílias pobres (Marques, Schott, 2010)¹²⁶.

O material desenvolvido no site do *Laboratório Pop* está representado no editorial de Michel Marques, o qual se define como “do tempo em que festivais independentes eram independentes mesmo. Uma época em que tudo que eles queriam era, ora bolas, serem dependentes. De patrocínio, de apoio, de verba. Claramente, sem delongas. Nada de blá blá blás”¹²⁷. Entrevistas de artistas descontentes com a associação também reforçam tal visão. “Nada contra o incentivo, mas sou do tempo em que artistas e produtores sobreviviam de bilheteria. Roqueiro transformado em funcionário público é coisa pra fazer o pobre do Raul Seixas se remexer no túmulo”¹²⁸, ou nos comentários de leitores, “agora, realmente o que é chato é essa subvenção estatal, ou seja, roqueiro agora é barnabé”¹²⁹.

Percebe-se uma crescente hostilidade em seu próprio setor, daquilo que é aclamado na leitura dos pesquisadores da economia cultural: a capacidade que os festivais independentes demonstraram em buscar consolidar uma cadeia produtiva da música, agregando as teorias exploradas até mesmo nesta pesquisa, em prol do desenvolvimento da cena.

Se como Durand aponta, “isso ocorre porque essas pessoas compartilham

¹²⁶ Disponível em: <http://www.laboratoriopop.com.br/combustao/abrafin-no-foco/8>

¹²⁷ Disponível em: <http://www.laboratoriopop.com.br/combustao/abrafin-no-foco/9>

¹²⁸ Disponível em: <http://www.laboratoriopop.com.br/combustao/abrafin-no-foco/13>

¹²⁹ Idem.

da visão idílica segundo a qual a presença da burocracia e do dinheiro na esfera cultural é por definição nefasta, independentemente de análise” (2001, p.66), também passa por consideração que o quadro tem que ser pensado mais a fundo.

Caso a decisão sobre o que é área de interesse fique a cargo dos setores de marketings das empresas, os projetos podem realmente ficar dependentes do capital das relações sociais de seus mantenedores. “Assim, o mercado e as relações mundanas tornam-se preponderantes, ao invés de serem um complemento do financiamento público”. (Botelho, 2001, 73)

As relações empresariais não se desenvolvem na inocência e “bom mocismo”. Como trata Maria Arruda (2003), analisando as motivações empresariais para investir em cultura, observamos que estas estão, acima de tudo, ancoradas na proposta do *marketing* cultural, em que primeiramente estão as estratégias publicitárias e, secundariamente, os objetivos sociais.¹³⁰

Justamente pelo fato das políticas culturais serem mais burocráticas que criativas e orgânicas (Miller; Yúdice, 2000), deve-se prolongar o debate em prol da formulação de políticas públicas mais incisivas, através de mecanismo que deem conta não só da produção cultural, mas também de seu consumo, ampliando as pesquisas e desenvolvimentos de indicadores culturais para sua efetivação (Botelho, 2001).

Se os festivais podem ser vítimas de um colapso causado por uma guinada no direcionamento governamental, temos que considerar que tal alternativa é fruto da imaturidade política na continuidade das gestões. Ou seja, não temos garantia nenhuma que isso também não aconteça. Ao participar da lógica da cultura como recurso, a intempéries da sua avaliação utilitária são as mais problemáticas possíveis.

Os festivais independentes são um exemplo recente de sucesso em um setor que justamente sofria com a crise, e atuando de maneira ampla, nas mais diversas regiões do Brasil, com diretrizes que valorizam justamente o desenvolvimento proposto através da cultura.

¹³⁰ Motivações das empresas para investimentos em cultura (cf. Moisés, 1998): ganho de imagem institucional (65,04%); agregação de valor à marca da empresa (27,64%); reforço do papel social da empresa (23,58%); benefícios fiscais (21,14%); retorno de mídia (6,5%); aproximação do público-alvo (5,69%); outro (3,25%); não citou (11,38%). Respostas múltiplas e não excludentes.

Mesmo que o subsídio estatal cesse, o mais natural é a continuidade do *indie* nacional, menor, cada vez mais focado em suas práticas subculturais e dependente, ainda mais, da mobilização dos atores envolvidos, situação já vivenciada anteriormente. Mas não cabe a este trabalho se lançar profundamente a projeções futurísticas. Resta esperar que se cumpra a definição lançada do “é independente, porque independente do que aconteça, acontece”.

4.4 Polêmicas recentes no Ministério da Cultura

Em 12 de abril de 2011, no sobrado que abriga a Casa Fora do Eixo em São Paulo, encabeçados pelo presidente do Circuito Fora do Eixo e membro da Abrafin, Pablo Capilé, um grupo de pessoas preparava uma carta endereçada à presidente Dilma Rousseff. Fruto de intensas trocas de e-mails entre todo o Brasil, uma reivindicação era aparente nas “entrelinhas” (Torturra, 2011): a demissão da ministra Ana de Hollanda.

Os argumentos espelham uma polêmica de muitos braços que vem ganhando volume em artigos de jornais, no Twitter, em debates e dividindo artistas em discussões que raramente ganhavam repercussão pública: a retirada da licença de Creative Commons do site do ministério, a verba para os Pontos de Cultura, o papel do Ecad, a complexa reforma na lei de direitos autorais no Brasil... Mas, muito mais importante do que cada uma das questões, o que mais inflama os ânimos desse exército cada vez menos disperso de agentes culturais é “a falta de visão da ministra”, resume Capilé. “Ela mal assumiu e já anunciou um grande retrocesso, é o retorno de uma política ultrapassada. E veio em uma hora muito errada. Agora era a hora de acelerar... Não de termos uma ministra analógica”, conclui (Torturra, 2011)

Se os festivais e coletivos de música independente viveram em harmonia nos oito anos do governo Lula, com Gilberto Gil e Juca Ferreira na pasta da cultura, a troca ministerial empreendida por Dilma Rousseff não foi bem recebida, sendo um momento interessante para observar a capacidade de movimentação e articulação política do movimento.

Em 2011, no lugar de Juca Ferreira, amplamente apoiado por pessoas ligadas tanto à Abrafin quanto ao Fora do Eixo, assumiu Ana Buarque de Hollanda. O peso do sobrenome já foi motivo de expectativas e desconfiança. Cantora e atriz, Ana de Hollanda é irmã do cantor Chico Buarque, filha do

historiador Sergio Buarque de Hollanda, dentre outros parentescos, representando uma família tradicional no ambiente cultural.

Fora seu currículo artístico e seus laços familiares, trabalhou no Centro Cultural São Paulo, da Secretaria Municipal de São Paulo, de 1982 a 1985, e chefiou o setor de música do órgão. Foi também Secretária de Cultura do Município de Osasco, entre 1986 e 1988, e diretora do Centro de Música da Funarte, entre 2003 e 2007. Mesmo assim, era tida como uma incógnita. Foram necessários somente alguns dias para que começasse a ser taxada de conservadora por setores como o dos festivais.

Em seu discurso de posse falou em continuidade, mas sem repetição, como forma de avançar¹³¹. “Sua gestão tem sido marcada por uma crise atrás da outra, espremida entre grupos de pressão. Já recebeu críticas em manifestos, entrevistas e internet. Ainda não mostrou a que veio”¹³².

Recém empossada, enfrentou duas polêmicas diretas com os independentes. Decidiu revisar o projeto de lei que flexibiliza o direito autoral, uma das bandeiras de seus antecessores. O Plano Nacional de Cultura, aprovado em dezembro de 2010, previa “desde passos amplos para universalizar o acesso e promover a diversidade até pontos específicos como reformar a lei de direitos autorais e regular o Ecad” (Lemos, 2011).

Em seguida, ainda em janeiro, retira o selo do Creative Commons do site do MinC.

A licença autorizava o uso amplo do conteúdo publicado, uma boa prática que faz sentido. Governos do mundo inteiro estão preocupados em promover o acesso amplo ao conteúdo que disponibilizam. Por isso adotam cada vez mais a licença Creative Commons (Lemos, 2011).

A justificativa alegada para a remoção era de que o CC se enquadrava como “propaganda” e que necessitava de “licitação” gerou ainda mais revolta. “O Creative Commons não é um serviço nem um produto, mas sim um padrão de licenciamento. Não faz sentido falar em licitação” (Lemos, 2011). Outro ponto de indignação seria a presença na página principal do ministério das logomarcas de empresas privadas como YouTube e Twitter.

¹³¹ <http://www.cultura.gov.br/site/2011/01/03/discurso-de-posse-da-ministra-da-cultura-ana-de-hollanda/>

¹³² Disponível em: <http://noticias.bol.uol.com.br/entretenimento/2011/09/25/ministra-ana-de-hollanda-resiste-ao-cai-cai-no-governo.jhtm>

Do primeiro ao último mês, a ministra sofre com a saraivada de críticas de diversos setores, com a notável ação do Circuito Fora do Eixo nas redes sociais. No começo de dezembro de 2011, a entrega do anteprojeto da Lei dos Direitos Autorais, intensifica os conflitos entre ministra e independentes, fortemente contrários às práticas do Ecad.

Acusada com frequência de ser guardiã dos interesses da indústria fonográfica, a ministra Ana de Hollanda (Cultura) enviou à Casa Civil, depois de dez meses de análise, um anteprojeto da Lei dos Direitos Autorais quase igual ao do antecessor Juca Ferreira. Quase. Algumas das poucas novidades, justamente, reduzem a fiscalização sobre sociedades arrecadadoras. É aí que se enquadra o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), formado por nove associações que representam autores e intérpretes. A entidade é alvo atualmente de duas Comissões Parlamentares de Inquérito --uma no Senado e outra na Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro-- que investigam acusações de fraudes¹³³.

O desejo claro manifestado pelos participantes dos festivais era a continuidade do projeto do ministério empreendido a partir do primeiro mandato de Lula.

Foi também a época em que Gilberto Gil assumiu a pasta da cultura no governo Lula e anunciou políticas que reconheciam as novas tecnologias digitais não só como inevitáveis, mas também como libertadoras. A ordem era descentralizar, sair do eixo e digitalizar comunidade. Surgiram os Pontos de Cultura. E o ministério se tornou, ao abraçar softwares livres e a licença de Creative Commons, uma trincheira segura para os partidários de uma revisão urgente das leis de direitos autorais, e da própria indústria cultural, em um mundo conectado pela internet. Em uma convergência inédita, governo e guerrilheiros culturais tinham planos parecidos (Torturra, 2011).

Sobre a importância da questão dos conteúdos digitais, Pablo Capilé enfatiza.

A nossa geração não tinha uma bandeira muito clara como a dos anos 60, que lutava contra alguma coisa. Nem a crise existencial da turma dos anos 80, que estava tentando se entender. Mas a gente decidiu lutar por alguma coisa. E com a internet apareceu uma possibilidade real de se comunicar, de inventar uma carreira sem precisar passar pelos caminhos corporativos (Torturra, 2011).

¹³³ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1014534-anteprojeto-do-direito-autoral-favorece-ecad.shtml>

As ações da ministra acenariam “para os gestores das transnacionais da cultura e dos oligopólios culturais regionais”¹³⁴.

Cláudio Prado, presente nas discussões sobre cultura desde os anos 60, é participante ativo nas discussões do Fora do Eixo. “Homem difícil de definir através de cargos, é uma mistura de pensador e agente, articulando nos bastidores de festivais e encontros da cultura digital” (Torturra, 2011). Importante articulador no antigo ministério de Gilberto Gil, Prado aparece agora como um dos principais apoiadores para os jovens do Fora do Eixo em Brasília.

Em entrevista à revista *Trip*, Prado comenta sobre o distanciamento do atual ministério com as questões pertinentes na atualidade.

O MinC hoje desconstruiu esse diálogo. Deixou órfãos milhares de esperanças. A perda desse diálogo do governo com a sociedade civil é que estamos chamando de retrocesso. Mas isso é um acidente de percurso – os movimentos desencadeados nos oito anos de Lula são inexoráveis. O sonho não acabou não... Ele renasce tropicalista, na vocação plena do Brasil Fora do Eixo. O governo voltará a nos entender... (Torturra, 2011).

Tal impasse político incita a mobilização dos movimentos culturais atuais, formado em quase sua totalidade por jovens, direção contrária a comum dispersão quanto a questão é envolvimento político.

Em contraposição a essa lógica, alguns movimentos perceberam a importância de recriar os canais de comunicação entre o jovem e a participação política e incluíram na agenda um foco comportamental. Nesse processo, os movimentos culturais ganharam força, principalmente pelo apelo natural que exercem nas novas gerações conectada com a internet e cada vez mais interessadas em profissões criativas e ligadas ao novo mundo o compartilhamento da informação. A dobradinha poderosa de cultura e internet abriu um flanco que revigorou a capacidade de aglutinação e envolvimento da juventude em causas culturais (Youssef, 2011).

As ações não se baseiam apenas nas sistemáticas ações nas redes sociais pedindo o retorno do MinC ao antigo trilho. Elas também geram uma nova forma de organização efetiva entre as diversas que integram o Fora do Eixo, com a criação do PCult, “Partido da Cultura”.

A mudança política tem fechado a porta para os recursos dos pontos de cultura e para as mudanças na Lei do Direito Autoral, as quais

¹³⁴ Disponível em: <http://passapalavra.info/?p=41221>

beneficiariam o modelo de negócios adotado pelas organizações parceiras e o próprio Fora do Eixo. Em resposta foi fundado o “Partido da Cultura”, o PCult, uma organização suprapartidária contra a ministra Ana Buarque, pela retomada e “continuidade das políticas do Gilberto Gil” e também o MobilizaCultura, uma “rede das redes” para “propor políticas no campo da cultura que radicalizem a democracia” (Passa Palavra, 2011)¹³⁵.

Mesmo com um suposto “diagnóstico geral” de que a ministra “Ana é fraca, dos pontos de vista político e técnico” (Collombo; Magalhães, 2011)¹³⁶, sua permanência contrasta com a queda constante de ministro que marcaram o primeiro ano de mandato da presidente Dilma. Cabe questionar se “a explicação para a sobrevida pode estar menos na competência da ministra e mais no fato de a Cultura estar na periferia da Esplanada dos Ministérios” (Cantanhêde, 2011)¹³⁷.

Caso seja essa perspectiva de coadjuvante, os grupos ligados aos festivais percebem que a ação política tem caráter de urgência, diante do risco sofrido pelas políticas culturais que lhes permitiram crescimento e estabilidade.

Em princípio, a nossa diretriz foi a de esperar o novo Ministério tomar posse definitivamente dentro da perspectiva de respeitar os primeiros 100 dias de gestão para fazer uma avaliação contundente. Durante este início do mandato, infelizmente a nova gestão do MINC deu alguns indicativos que deixaram claro a indisposição em dar sequência as políticas desenvolvidas nos últimos oito anos dentro do MINC, o que na nossa avaliação é um grande equívoco, e, mais do que isso, um desrespeito a todo o setor cultural que apoiou a eleição de Dilma Rousseff, acreditando que teríamos uma sequência no trabalho desenvolvido até então. De forma mais agravante, a negação do projeto anterior não se deu com a apresentação de um novo projeto, o que nos deixa mais preocupados ainda, pois ainda não sabemos qual o projeto deste novo ministério, quais os conceitos e referências que vão balizar as políticas públicas na cultura, nos próximos anos em nosso país. A ABRAFIN participou ativamente, desde sua fundação, de todos os processos de construção de políticas públicas para a música no Brasil, e mesmo sendo criticada em vários momentos, estava claro a disposição para o diálogo e a busca de construção participativa que orientava a gestão anterior. Todas as primeiras medidas adotadas pela atual gestão de Ana de Hollanda têm um sentido de valorização de um modelo analógico de produção e difusão musical, que acaba centrando sua ação no criador e seu produto, sem compreender a cadeia produtiva da música como um processo, e assim construir políticas públicas estruturantes. Para o setor independente, que é o que defendemos e representamos, esta visão é muito preocupante, pois sabemos o

¹³⁵ Disponível em: <http://passapalavra.info/?p=41221>

¹³⁶ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1010471-pressionada-por-alas-do-pt-e-artistas-ana-de-hollanda-se-diz-confiante.shtml>

¹³⁷ Disponível em: <http://noticias.bol.uol.com.br/entretenimento/2011/09/25/ministra-ana-de-hollanda-resiste-ao-cai-cai-no-governo.jhtm>

quanto é necessário ao Estado investir em políticas públicas estruturantes e descentralizadas, para assim termos condições de conviver com um mercado hegemônico e centralizador. Neste sentido, acreditamos que hoje é fundamental que um processo de mobilização de todo setor cultural seja colocado em curso com o objetivo de garantir a continuidade do diálogo, e mais do que isso, de construção de um Projeto para a Cultura Brasileira, que oriente a gestão pública independente das pessoas e gestores nomeados, e que sejam democráticos, inclusivos e respeitem a diversidade cultural de nosso país (Lopes, 2011)¹³⁸.

Por enquanto, podemos observar a movimentação e os conflitos, facilitando a análise do grau de dependência ou suposto aparelhamento com Estado tão questionado pelos detratores dos festivais *indies*, assim como a atuação em rede se torna uma ferramenta eficaz para a mobilização e ação política em escala ampla e tendo como objetivo em comum a cultura.

4.5 Novas possibilidades de financiamento: *Crowdfunding*

Se a porta fechar de um lado, e considerando as características inerentes aos festivais, o financiamento dos eventos pode seguir um caminho que tem se mostrado em ascensão no mundo inteiro nos últimos anos, o do financiamento coletivo através da internet, o *crowdfunding*.

“*Crowdfunding* é fundamentalmente a cooperação coletiva, a confiança e a atenção de pessoas que financiam, e às vezes, doam dinheiro para grandes ideias”¹³⁹ (Qvist, 2010, p.69)

De certa forma, tratamos de um princípio relacionado ao crowdsourcing, que se utiliza da participação de voluntário espalhados pela internet para resolver problemas, criar conteúdo e soluções ou desenvolver novas tecnologias (Tapscott; Williams, 2007). Exemplo dessa construção coletiva é a Wikipedia.

Boa parte do impulso para as iniciativas de *crowdfunding* se deu com a campanha presidencial de Barack Obama, em 2008. Apesar da arrecadação de financiamentos para campanhas políticas via web já ocorrer nas eleições de 2000 (Howe 2009), os cerca de \$ 272 milhões oriundos de mais de dois

¹³⁸ Disponível em: <http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos-parte-2/>

¹³⁹ No original, em inglês: Crowdfunding is fundamentally the collective cooperation, trust, and attention from people who fund and sometimes donate money to great ideas (Qvist, 2011, p.69)

milhões de doadores por meio de pequenas quantias é o que, definitivamente, despertou o interesse.

Segundo Metzler (2011), pode se encontrar o primeiro projeto documentado de *crowdfunding* em 1885.

A Estátua da Liberdade foi o primeiro projeto parcialmente financiado através *crowdfunding*. O motivo era que a cidade não queria pagar valor total. Em vez da internet, eles usaram o jornal para procurar investidores e distribuir ações. A recompensa para este investimento era uma publicação dos nomes dos investidores no jornal¹⁴⁰ (Metzler, 2011, p.16)

De resto, o mercado de *crowdfunding* é ainda jovem. A maior parte dos portais foi criada nos últimos três anos, dos quais 60% em países anglo-americanos. Hoje existem centenas de iniciativas pelo mundo (Metzler, 2011).

Segundo Cocate e Pernisa Jr (2011), a primeira experiência de *crowdfunding* na web aconteceu em 2006 com o site europeu *Sellaband*. Em funcionamento até hoje, ele arrecada financiamentos para iniciativas musicais.

Talvez a iniciativa de maior expressão seja o portal norte-americano *Kickstarter*. Fundado em 2009, é voltado para a promoção de diversas manifestações artísticas, não necessariamente musicais. Nele, os donos dos projetos lançam sua ideia, colocando a quantia e o tempo necessário para concretizá-la. Caso o objetivo seja atingido, os doadores recebem recompensas como CDs, ingressos e jantares (Roncolato, 2011).

“Assim, a internet acelera e simplifica o processo de encontrar grandes grupos de financiadores potenciais que podem usar o *crowdfunding* para ingressar nas atividades mais inesperadas de nossa cultura, como a música e o cinema” (Howe, 2009, p. 222). Apesar de no começo os financiamentos servirem basicamente para artistas e filmes, outros setores da indústria vem descobrindo suas vantagens.

Crowdfunding pode ser o novo caminho para startups levantarem capital. Ao invés de procurar investimentos, os empresários podem colocar seu plano de negócios em uma plataforma on-line, iniciar a

¹⁴⁰ In 1885 the first documented crowdfundering project was established. The Stature of Liberty was the first project, partly financed via crowndfundering. The reason was that the city didn't want to pay for whole amount. Instead of the internet, they used the medium newspaper to search for investors and distriute shares. The reward for this investment was a publication of the investors names in the newspaper (Metzler, 2011, p.16)

comercialização online através de redes sociais e tentar recolher pequenos investimentos de um grupo grande de pessoas. Os empresários vão se tornar menos dependentes de formas existentes de angariação de fundos e investidores não tem de ser milionários para investir em uma empresa promissora (Zatti, 2010).¹⁴¹

O Vakinha foi o site pioneiro no Brasil, em 2009. Os “projetos objetivam beneficiar ações de cunho cultural a até necessidades pessoais, como a compra de um carro para uma determinada pessoa, caso ela consiga convencer a todos da importância de realização de seu desejo” (Cocate, Pernisa Jr, 2011, p.12).

A primeira plataforma de crowdfunding brasileira voltada especificamente para projetos culturais foi o Catarse, criado no início de 2001. Uma das ações do site que mais chamou a atenção envolvia o cenário da música independente.

Webhit com o vídeo da canção “Oração”¹⁴², o grupo musical curitibano “A banda mais bonita da cidade” aproveitou a exposição, não somente na internet, mas na mídia em geral, e lançou o projeto da gravação de seu primeiro álbum no Catarse. O pedido inicial era de R\$ 4 mil. No entanto, o grupo conseguiu arrecadar cerca de R\$ 50 mil para a gravação de onze faixas musicais de seu projeto.

Vale ressaltar que, dependendo do valor oferecido, o doador da canção “Oração”, por exemplo, tem direito a recompensas, como a música antecipada por meio de link para quem doou R\$ 10 ou mais; botton especial para R\$ 20 ou mais; CD para R\$ 25 ou mais; e o direito de assistir às gravações da música para quem ofereceu R\$ 300 ou mais. Essa faixa musical, em especial, recebeu mais do que solicitado. Cento e quarenta pessoas apoiaram, com quantias diferentes, e foram arrecadados, no final, R\$ 5.396. (Cocate, Pernisa Jr, 2011, p.10)

No país, já existem cerca de 20 sites do gênero (Roncolato, 2011,). A partir disso, podemos verificar um fenômeno crescente que promove novas formas de consumo que envolvem a mobilização pessoal, e “não a compra

¹⁴¹ Disponível em: <http://crowdfundingbr.com.br/post/1701909496/artigo-crowdfunding>

¹⁴² “Em maio de 2011, o vídeo da canção “Oração” foi postado na internet, atingindo cerca de dois milhões de acessos em apenas duas semanas. Atualmente, já atingiu a marca de seis milhões. Comentários do vídeo no Youtube indicam quais as características que podem ter sido responsáveis pelo sucesso, como a letra simples e de fácil memorização, sendo repetida várias vezes no vídeo; a gravação ter sido elaborada em plano-sequência com seis minutos de duração; e a produção mostrar um grupo de amigos felizes e cantantes em prol do tema tradicional amor” (Cocate; Pernisa Jr, 2011).

simplesmente de um produto, como é o caso de sites de compras coletivas” (Cocate; Pernisa Jr, 2011, p.2).

Justamente, os interessados por produtos menos cobiçados tornam-se essenciais para os processos de crowdfunding. Assim como ilustra o conceito de cauda longa, os projetos ou produtos poucos divulgados no mercado também possuem valor e apresentam uma procura constante e valorosa a ser aproveitada. O que é mais propagado pela indústria do entretenimento não, necessariamente, é o que a maioria das pessoas deseja. E a variedade encontrada na internet, com seu custo baixo de manutenção, propicia às pessoas consumirem aquilo que realmente lhes interessam (Cocate, Pernisa Jr, 2011, p.4)

Além da clara ação em cima dos nichos de mercado na extensão da cauda longa (Anderson, 2007), o *crowdfunding* opera através da cultura participativa.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo (Jenkins, 2008, p. 28).

Outro ponto que Jenkins (2008) reforça é do poder da participação de fãs, de forma a produzir mudanças no mercado. De certa forma, sem ser necessariamente fãs, é os apoiadores dos projetos de *crowdfunding* impelem uma demanda de cima para baixo, fazendo como que as empresas notem os seus interesses diretos.

Como lembra Diego Reeberg, um dos criadores do *Catarse*, o *crowdfunding* não é simplesmente uma doação, pois existe uma troca de valor. “Além disso, são as próprias redes sociais de um autor que apoiam seus projetos. Cerca de 80% dos valores arrecadados pelo *crowdfunding* vêm de pessoas que, de alguma forma, já tinham familiaridade com os autores”.

Em toda parte e em todos os níveis, o termo “participação” emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes. As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender. As proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativistas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob

suas próprias condições, quando e onde desejarem. Este consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar (Jenkins, 2008, p. 228).

Como sugerem Cocate e Pernisa Jr (2011), os doadores de um site de crowdfunding podem ser entendidos como *prosumers*. Termo cunhado por Alvin Tofler (2001) ainda em 1980, designava a fusão entre o produtor (*producer*) e o consumidor (*consumer*). Ao consumidor contemporâneo cabem novos papéis de coautoria, de partícipe de processos produtivos, de portador de atitudes pró-ativa. “De alguma forma, o doador auxilia na produção do projeto, pois pode se considerar um dos responsáveis pela concretização do mesmo, acreditando na iniciativa e tornando-a realidade com seu próprio dinheiro” (Cocate e Pernisa Jr, 2011).

Outra experiência interessante é do Queremos, que busca financiar shows *indies* internacionais no Rio de Janeiro.

O Queremos surgiu de uma necessidade. Diversos eventos internacionais, sobretudo shows, estavam vindo ao Brasil, mas não ao Rio. O motivo alegado era sempre o mesmo: desinteresse do público. Cansados de esperar e certos de que há sim público interessado na cidade, resolvemos fazer algo além de reclamar. (Queremos, 2011)¹⁴³

Em cada evento, uma cota de ingressos reembolsáveis é disponibilizada para garantir o concerto. Caso não alcancem a meta, o dinheiro é devolvido para as pessoas. Caso a meta seja alcançada, o show está garantido e eles têm até mesmo a chance de recuperar todo o dinheiro investido, dependendo do resultado da bilheteria. Até hoje todas as iniciativas atingiram suas metas, mesmo que em parte auxiliados por uma empresa interessada que comprava as contas sem retorno. Shows como *The Kills*, *Primal Scream*, *The National*, *LCD Soundsystem* e *Belle and Sebastian* já foram realizados por meio deste projeto.

Para Zatti (2011), “o principal argumento para investir num mercado de ações é o retorno de financeiro do investimento, logo, um serviço crowdfunding tem que combinar um retorno financeiro de investimento com paixão pela ideia”¹⁴⁴.

¹⁴³ Disponível em: <http://queremos.com.br/sobre>

¹⁴⁴ Disponível em: <http://crowdoque.typepad.com/blog/2011/04/crowdfunding.html>

Diante da naturalidade dos eventos culturais do independente em conseguir conjugar a atração pela experiência e a mobilização das pessoas para sua concretização, parece um caminho dos mais palpáveis, pelo menos em nível intermediário, mesmo que complementar aos tradicionais fomentos.

Tardin (2011) observa que “a discussão de formas alternativas de patrocínio a projetos criativos se torna fundamental para o desenvolvimento da cultura e da economia criativa no Brasil”. Como reforça, através das leis de incentivo fiscal, o mais comum é que as empresas busquem uma forma de propaganda gratuita ao fornecer capital apenas a projetos de artistas famosos, o que pesa com uma das maiores críticas à Lei Rouanet. Para ele, é justamente nesse espaço que o crowdfunding pode atuar complementando as ações governamentais de incentivo cultural.

As vantagens do financiamento colaborativo em relação a outras formas tradicionais de financiamento são a agilidade, simplicidade, menor burocracia, baixo custo e risco, total autonomia e preservação de 100% dos direitos autorais (morais e patrimoniais). Além disso, ainda há a possibilidade de arrecadar fundos através do próprio público para o qual o projeto cultural ou criativo será direcionado, servindo como uma plataforma complementar de divulgação e fortalecendo a relação entre o criador do projeto e o público-alvo, o qual tem a oportunidade de se tornar parte do processo criativo. Também há muitas vantagens para quem deseja apenas testar a aceitação de um conceito, produto ou ideia (Tardin, 2011)¹⁴⁵.

Em conjunto com os conceitos de economia solidária já presentes nas iniciativas como do Fora do Eixo, bem como a noção de envolvimento entre todos os elos da cadeia da produção e consumo cultural, a aproximação com formas diferenciadas de financiamento assim como *crowdfunding* indicaria um modelo importante para a sustentabilidade dos festivais *indies*.

¹⁴⁵ Disponível em: <http://webinsider.uol.com.br/2011/03/26/as-vantagens-competitivas-dos-sites-de-crowdfunding/>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os festivais independentes se apresentam como o principal espaço de consumo musical, os quais vêm estimulando o crescimento da produção independente brasileira. Para compreender o seu relativo êxito é preciso entender que a indústria da música está no momento passando por uma etapa (fundamental) de compressão da sua cadeia produtiva da música, isto é, o negócio da música está numa fase de transição, na qual os modelos de negócios - e processos culturais a produção e o consumo musical - vão se reestruturando no atual cenário de reestruturação do mercado.

Na realidade, poder-se-ia fazer as seguintes constatações ao longo deste trabalho:

- a) O espaço do *ao vivo* ocupa diferentes funções durante a história da música moderna, ligado aos modos de consumo musical predominante, através da maneira em que a música se 'materializa' para tanto. Dentro da dinâmica do mercado atual, os concertos voltam a ocupar lugar diferencial, pela valorização econômica que lhes são atribuídos por meio do comércio da experiência.
- b) A experiência se torna um dos principais elementos na formação de sociabilidades na contemporaneidade, bem como o consumo cultural, fundamentando as relações estabelecidas nas chamadas comunidades afetivas. O sucesso dos festivais de música independente se faz justamente nesse ponto.
- c) Entre as subculturas jovens, o conceito de *independente* apesar de questionável ainda tem peso, isto é, constitui-se em um conceito aglutinador fundamental para o consumo e envolvimento com iniciativas culturais.
- d) Tomando as perspectivas econômicas e culturais como necessariamente articuladas, o êxito dos festivais *indies* passa ser compreendido como resultado da mobilização de diversos atores em prol de um objetivo cultural em comum, o que demanda uma postura colaborativa ativa entre todos os elos.

- e) A consolidação dos festivais independentes foi possível devido às oportunidades de ação que surgiram com a brecha na crise/reestruturação da indústria cultural da música. De todo o modo, os independentes são forçados a se adequar ao novo contexto para garantir a sua sobrevivência, em que a complementaridade vivida com a grande indústria dá lugar às negociações e articulações pontuais.
- f) Acompanhando a história dos festivais independentes no Brasil, percebe-se que estes nasceram em determinados grupos culturais, mas que sem uma perspectiva empreendedora, não encontrariam a capacidade de sustentabilidade para atravessar as oscilações que o mercado musical enfrentou durante as duas últimas décadas. Se anteriormente estes festivais operavam com a única preocupação de dar espaço e visibilidade para os artistas locais, hoje se tornaram vetores para as mais diversas manifestações artísticas, conciliando diferentes propostas estéticas dentro da música. Não só se consome canções, como são lugares em que temos a construção de conhecimentos orgânicos pelos seus atores. A capacitação dos profissionais e as discussões a respeito das demandas do setor demonstram uma visão ampla dos processos que envolvem as atividades culturais.
- g) Através dos dados levantados foi possível constatar que há um cenário que permite as condições de visibilidade a grupos iniciantes, uma proposta de diversificação e continuidade para produção musical e de iniciativas que extrapolem fronteiras unicamente artísticas. A Abrafin impulsiona também a abertura do diálogo com os mercados ligados ao setor em nível internacional, como nas ações em conjunto com a UnConvention e ADIMI¹⁴⁶.
- h) A Abrafin funciona como caso exemplar da capacidade de ação política que os movimentos associativos culturais têm na busca de políticas que atendam as necessidades do setor. Isso é evidente pela geração dos

¹⁴⁶ Como ressalta Turano, a importância da Associação se dá em promover o diálogo entre os produtores: "(...) a troca de conhecimento e experiências (conhecimento tácito) entre os produtores dos festivais e o acesso a novos contatos e referências bibliográficas (conhecimento explícito), através da Abrafin, possibilita que cada festival se aperfeiçoe da maneira que trazer mais benefícios (conhecimento estratégico) e o crescimento individual permite o fortalecimento do grupo enquanto associação e categoria (festivais de música independente)" (Turano, 2011)

editais da Petrobras e Funarte que atendem especificamente esse tipo de evento.

- i) As parcerias estabelecidas com o poder público alavancam o desenvolvimento dos eventos, principalmente em locais afastados dos grandes centros culturais, em que a mentalidade comercial e industrial ainda não percebem o quanto estratégico vem se tornando o investimento na cultural para o desenvolvimento local.
- j) As cidades que promovem festivais passam a fazer parte do mapa do consumo e circulação cultural, participando de uma cadeia que gera empregos e renda, através do impulso à produção cultural, assim como terem nos eventos a possibilidade de atração turística.
- k) Com a organização e articulação em conjunto de um circuito nacional de festivais, as plataformas privadas passam a perceber o excelente espaço para a valorização de suas marcas, como acontece com a Conexão Vivo e Oi Futuro.
- l) A participação da Abrafin nas mais diversas cadeiras de cultura demonstra o engajamento da instituição nas discussões que atingem diretamente o setor, fazendo valer o seu caráter representativo.
- m) Um dos pontos que devem ser melhorados pela entidade, diz respeito a sua comunicação. Tendo no digital um dos seus principais suportes, manter um site atualizado e com conteúdos de fácil acesso é fundamental para garantir a divulgação e transparência de suas ações. Já que as informações sobre a associação são pouco divulgadas, a desinformação é resultado da busca por dados que se fragmentam por sites, blogs, revistas, imprecisões que só colaboram para a fragilização da imagem da instituição.
- n) Da mesma forma, o trabalho de assessoria de imprensa vai permitir um maior diálogo com a imprensa em geral, pois fortalece o nome da entidade, o que vinha feito de maneira dispersada, através das ações de cada um dos festivais.
- o) Os projetos de mapeamento e levantamentos de dados dos festivais e da cadeia produtiva da música, se efetivados e divulgados amplamente, se tornarão referência para o desenvolvimento de indicadores culturais,

o que só colabora com a capacidade de realizar parcerias através da informação da amplitude de tais eventos.

- p) As somas de conquistas, conflitos e críticas tornam a Abrafin um lugar fundamental para se pensar os novos processos culturais que estão justamente no choque de diferentes visões sobre o mercado, sobre o papel dos artistas,
- q) A divisão de perspectivas agora expressa claramente entre os grupos que ficaram e os que saíram é objeto de reflexão a partir do momento em que acompanhamos a tensão sobre os possíveis caminhos para a consolidação de um mercado médio de consumo cultural.

Por mais que apresentemos diversos pontos na conclusão deste trabalho, este ainda se apresenta em um caráter introdutório a respeito dos festivais, até porque muitas das transformações e iniciativas estão começando a ser implementadas. Em outras palavras, não se pretendia, e nem seria possível, esgotar tal temática, mas fazer inserções iniciais visando pensar os processos culturais que estão em curso, o que pode ser aprofundado em pesquisas futuras. Acreditamos que as perspectivas analisadas geram, por sua vez, possibilidades de leitura que instigam novos estudos.

Para finalizar, poder-se-ia ainda ressaltar que – evidentemente - não é seguro projetar “modelos” para os festivais independentes, sendo a recente saída dos festivais mais antigos da Abrafin um forte indicativo disso. A divisão em duas fortes linhas de tendências de ação faz com que o futuro dos festivais seja um campo relevante para análise do mercado de música brasileiro, na medida em que cada grupo de produtores (organizadores) de festivais investem em um conjunto de iniciativas (estratégias) distintas para atingir certas metas (objetivos), não necessariamente coincidentes. Ou seja, a atuação de Abrafin, Circuito Fora do Eixo e da futura associação planejada pelos festivais dissidentes deve ser (re)avaliada nos próximos anos, para que se possa fazer considerações mais precisas sobre a dinâmica deste universo cultural e produtivo.

FONTES

a) Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALBORNOZ, Luis A. Industrias culturales como concepto. Observatorio. Industrias Culturales de Buenos Aires, Buenos Aires, gobBsAs/Secretaria de Cultura de Buenos Aires, n. 2, p. 20-24. abril de 2005.

ALBORNOZ, Luis; HERSCHMANN, Micael. Transformações recentes da indústria da música, in: *Anais do V Enecult*. Salvador: UFBA, 2009.

AMARAL, Adriana. Categorização dos gêneros musicais na internet, in: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Novos Rumos da Cultura da Mídia*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, pp. 161-188, 2007.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. São Paulo: Campus, 2007.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. A política cultural: regulação estatal e mecenato privado. *Tempo Social*. Revista de Sociologia da USP, São Paulo, v.15, n. 2, p. 177-194, 2003.

ATTALI, Jacques. *Noise. The Political Economy of Music*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1985.

BARTHES, Roland. *Image - Music - Text*. New York: Hill and Wang, 1977.

BARTÓK, Béla. *Essays*. New York: St. Martin's Press, 1976.

BENNETT, Andy. Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology*, vol. 3, nº 3, p. 599-617, 1999.

BENNETT, Andy; PETERSON, Richard. *Music scenes: local, translocal and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004.

BORELLI, S. H. S. ; OLIVEIRA, R. C. A. ; ROCHA, R. L. DE M. . Jovens urbanos: trajetórias partilhadas de pesquisa. *Ponto e Vírgula*, v. 4, p. 231-253, 2008.

BORELLI, Silvia. H. S.. Universalidades e singularidades juvenis: cotidiano, nomadismo e consumo cultural. *ECO-PÓS*, vol. 6, nº 1, p. 113-122, 2003.

BOTELHO, Isaura. As dimensões da cultura e o lugar das políticas públicas. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 2, 2001 .

BÚRIGO, Fábio L. . Moeda social e a circulação das riquezas na economia solidária. *Justributário* (Fortaleza), v. XI, p. 1-31, 2011.

BUSTAMANTE, Enrique (coord.). *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2002.

BUSTAMANTE, Enrique (coord.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona: Gedisa, 2003.

CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas. In: Antonio Albino Canelas Rubim; Alexandre Barbalho (Org.). *Políticas Culturais no Brasil*. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2007, p. 87-107.

CANCLINI, Néstor G. *Consumidores e Cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CARDOSO FILHO, Jorge. Algum lugar além do arco-íris: escuta musical nas fragmentárias estruturas da Web, in : *Anais do 1º Colóquio em Comunicação e Sociabilidade*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

CARRIJO, A. F. . Os rockeiros de Goiânia: tensões e disputas na formação da identidade local. In: XII Encontro Estadual de História da ANPUH-CE, 2010, Crato. XII Encontro Estadual da ANPUH-CE, 2010.

CASTRO, Gisela. “Não é propriamente um crime”: considerações sobre pirataria e consumo de música digital. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 4, p. 73-88, 2007b.

CASTRO, Gisela. Web Music: música, escuta e comunicação. *INTERCOM*, São Paulo, v. XXVIII, n. 1, p. 63-74, 2005.

COCATE, F. M. ; PERNISA JÚNIOR, C. . Estudo sobre crowdfunding: fenômeno virtual em que o apoio de uns se torna a força de muitos. In: *V Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura*, 2011, Florianópolis - SC. V Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura, 2011.

COCCO, Giuseppe e outros (orgs.). *Capitalismo Cognitivo*. Rio de Janeiro, Ed. DP&A, 2003.

COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 2004.

CONNOR, Steven. Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

CORREA, W. E. S. . A cobertura do caderno Ilustrada dos festivais independentes no Brasil. In: Ariane Pereira; Íris Tomita; Layse Nascimento; Marcio Fernandes. (Org.). *Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis*. : Intercom e-livros, 2011, , p. 113-152.

CUMMINGS, Joanne. *Sold Out! Ethnographic Study of Indie music Festivals in Australia*. 2007. 301 f. Tese (Doutorado em Filosofia) University of Western Sydney, School of Social Sciences, Sydney , 2007

DE MARCHI, Leonardo. *Transformações estruturais da Indústria fonográfica 1999-2009*. 2011. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2011.

DE MARCHI, Leonardo. *A Nova Produção Independente: Indústria Fonográfica Brasileira e Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação*. Niterói: Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, 2006.

DE MARCHI, Leonardo. Do Marginal ao Empreendedor. Transformações no Conceito de Produção Fonográfica Independente no Brasil. *Eco-Pós* (UFRJ), v. 09, p. 121-140, 2006.

DE MARCHI, Leonardo; ALBORNOZ, Luis A. ; HERSCHMANN, Micael . A procura de novos negócios fonográficos: Estratégias dos empreendedores brasileiros no mercado de música. In: XIX Encontro Anual da COMPÓS, 2010, Rio de Janeiro. *Anais do 19o Encontro Anual da Compós*. Rio de Janeiro : Ed. PUC-Rio, 2010. p. 01-15.

DU GAY, Paul e outros (orgs.). *Production of culture/Culture of production*. Londres: Sage, 1997b.

DU GAY, Paul et al. *Doing cultural studies: the story of Sony Walkman*. Londres: Sage, 1997a.

DURAND, José Carlos. Cultura como objeto de política pública. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 66-72, 2001.

FERNANDES, Fernanda Marques. *Música, estilo de vida produção midiática na cena indie carioca*. 2007. 214 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2007.

FREIRE FILHO, João. Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político. *Contemporânea*, vol. 3, nº 1, p. 143-172, 2005.

FREIRE FILHO, João. *Reinvenções da resistência juvenil*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2008.

FREIRE FILHO, João; MARQUES, Fernanda. Jovens, Espaço Urbano e Identidade: reflexões sobre o Conceito de Cena Musical in: *Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

FREIRE, Sérgio. Considerações sobre a noção de ao vivo na música. In: XIV Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música, 2003, Porto Alegre. *Anais do XIV Congresso da ANPPOM*. Porto Alegre : Editora da UFRGS, 2003. v. 1. p. 1198-1206.

FRITH, Simon. La industria de la música popular. In: FRITH, Simon et al. (org.). *La otra historia del Rock*. Barcelona: Ediciones Robinbook. pp. 53-86, 2006.

FRITH, Simon. *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of the Rock n' Roll*. New York: Pantheon Books, 1982.

GIBSON, Lianne. Cultural Development meets Rock and Roll (Or What Government can Learn from Pop Music Festivals). *Cultural Policy*, n. 7, p.479-492, 2001

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, nº2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte/Brasília:

Editora UFMG/Unesco, 2006.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença: perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2000.

HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (eds.). *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. London: Hutchinson, 1976.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

HEBDIGE, David. *Subculture: the meaning of style*. London: Methuen, 1979.

HERSCHMANN, M. (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical*. Novas tendências da música independente no início do século XXI.. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011

HERSCHMANN, Micael. Crescimento dos festivais de música independente no Brasil, in: Sá, Simone Pereira de (org.). *Rumos da cultura da música*: Negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Rio de Janeiro: Sulina, 2010b

HERSCHMANN, Micael. Espetacularização e alta visibilidade, in: FREIRE, João e HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Comunicação, Cultura e Consumo*. A (des)construção do espetáculo contemporâneo. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2005.

HERSCHMANN, Micael. *Indústria da Música em Transição*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010c.

HERSCHMANN, Micael. *Lapa, cidade da música. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007.

HERSCHMANN, Micael. Sustentabilidade das pequenas e médias empresas de cultura no Brasil hoje: necessidade de reavaliar as interfaces entre as políticas culturais e de desenvolvimento. *Anais do VI ENECULT*: Salvador, 2010a.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A indústria da música brasileira hoje – riscos e oportunidades, in: FREIRE FILHO, João; Janotti Junior, Jeder. (orgs.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: EDUFBA, 2006.

HESMONDHALGH, David. *Indie: the Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre*. in: Grossberg, Lawrence; Pollock, Della (ed.). *Cultural Studies*. Londres: Routledge, n. 13, vol.1, 1999. pp.34-61.

HIBBETT, Ryan. What is *indie* rock. *Popular Music and Society*, Vol. 28, February, p. 55 - 77, 2005

HOGGART, Richard. *On culture and communication*. Nova York: Oxford University Press, 1972.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. Diálogos. Conversas com Heloísa Buarque de Hollanda. Entrevista com George Yúdice. Revista Idiossincrasia, Portal Literal, 17 ago 2005. Disponível em <http://portalliteral.terra.com.br/idiossincrasia/>

HOMEM DE MELO, Zuza. *A era dos festivais: uma parábola*. São Paulo: Ed. 34, 2003.

HOWE, Jeff. *O poder das multidões: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

IAZZETTA, Fernando. A Música, O Corpo e As Máquinas. *Opus*, São Paulo, v. 4, n. 4, p. 24-47, 1997

IAZZETTA, Fernando. Reflexões sobre a Música e o Meio. In: XIII Encontro Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música, 2001, Belo Horizonte - MG. Anais do XIII Encontro Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música, 2001. v. 1. p. 200-210.

JANOTTI Jr., Jeder. *Aumenta que isso aí é rock and roll*. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2003

JENKIS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O Rádio e a música independente no Brasil. In: Micael Herschmann. (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical. Novas tendências da música independente no início do século XXI*. 1 Ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, p. 165-185.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Manguêbit e novas estratégias de difusão diante da reestruturação da indústria fonográfica, in: *Ciberlegenda*. Niterói: UFF, n. 16, 2006.

KRUSE, Holly. Subcultural Identity in Alternative Music Culture. *Popular Music*, n.12, p.33-41. 1993

KUSEK, David; LENHOARD, BERD. *The future of the music*. Boston: Berklee Press, 2005.

LARSEN, Gretchen; O'REILLY, Daragh. Music Festivals as sites of consumption: an exploratory study. *School of Management*, Bradford University, 2006.

LAZZARATO, Maurizio. Trabalho e capital na produção dos conhecimentos in: COCCO, Giuseppe e outros (orgs.). *Capitalismo Cognitivo*. Rio de Janeiro, Ed. DP&A, 2003.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio (2001). *Trabalho imaterial*. Rio de Janeiro: DP&A.

LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade*. Trad. Fabio Emilio Costa. <http://www.rau-tu.unicamp.br/nourau/softwarelivre/document/?view=144>. Acessado em 15/07/2010.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo. Editora 34, 1999.

MAFFESOLI, Michel. *O ritmo da vida*. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

MAGNANI, José Guilherme. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. vol. 17. nº 49, p. 11-29, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios à pesquisa em comunicação na América Latina. *Boletim Intercom*, São Paulo, n. 49-50, p. 18-32, 1984

MATTELART, Armand; NEVEU, Erik. *Introdução aos estudos culturais*. São Paulo: Parábola editorial, 2004.

McCRACKEN, G. *Cultura e consumo*. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro, Mauad, 2003.

METZLER, Tobias. *Venture Financing by Crowdfunding*. Norderstedt: GRIN, 2011

MILLER, Toby. *Cultural Citizenship: Cosmopolitanism, Consumerism, and Television in a Neoliberal Age*, Philadelphia, PA, Temple University Press. 2007

MILLER, Toby. From creative to cultural industries: not all industries are cultural, and no industries are criative. *Cultural Studies* 23. n. 1, 2009

MILLER, Toby; YÚDICE, George. *Política cultural*. Barcelona: Gedisa, 2004.

MOISES, José Alvaro. *Motivações das empresas para incentivos em cultura*. Belo Horizonte, Fundação João Pinheiro, 2001.

MOWITT, John . Music in the era of electronic reproducibility. Em *Music and Society: The politics of composition, performance and reception*, R. Leppert & S. McClary (Eds.),

MUGGLETON, David & WEINZIERL, Rupert (eds.), *The post-subcultures reader*. Oxford: Berg, p. 3-23. 2003.

NAPOLITANO, M. . A MPB sob suspeita: a música vista pela ótica dos serviços de vigilância política (1968-1981). *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 24, n. 47, p. 103-126, 2004.

NAPOLITANO, Marcos. Engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969). São Paulo: Annablume, 2001.

NASCIMENTO, Alberto Freire. Política Cultural no Brasil: entre o Estado e o Mercado. In: *Anais III ENECULT*: Salvador, 2007

NEGUS, Keith. *Géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós, 2005.

NEGUS, Keith. *Popular Music in Theory: an Introduction*. Conecticut: Wesleyan University Press, 1997.

NICOLAU NETTO, Michel. Quanto custa o gratuito? Problematizações sobre os novos modos de negócio na música. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 141-142 155, jan.-jun. 2008

OFUJI, Fabricio. A internet livre como meio do músico independente. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Casper Libero, São Paulo, 2010.

OLIVEIRA, Ana Paola de . O lugar da música. *UNlrevista*, Porto Alegre, vol.1. n.3, p. 1-13, jul. 2006.

OLIVEIRA, Enderson; MAIA, Mauro. Em cima dos palcos e com a força da tecnologia: Festival Se Rasgum, música na contemporaneidade e a alternativa independente. In: *IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Norte - Intercom Norte*, 2010, Rio Branco. IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Norte - Intercom Norte, 2010.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James. *O espetáculo dos negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

QVIST, Jesper. *A Winner's DNA*. Miami: Pixiplay LLC, 2011.

REIS, Ana Carla F.; MARCO, Kátia de (orgs). *Economia da cultura – idéias e vivências*. Rio de Janeiro: Editora E-Livre, 2009.

RIBEIRO, Solano. *Prepare seu coração: A História dos Grandes Festivais*. São Paulo: Ed. Geração Editorial, 2002.

SÁ, Simone Pereira de. Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, gêneros e mídias. *Razón y Palabra*, v. 15, p. 1-12, 2006.

SANTINI, Rose Marie . *Admirável chip novo: a música na era da internet*. Rio de Janeiro: E-papers, 2006

SANTINI, Rose Marie ; LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro de . *MP3: Música, Comunicação, e Cultura*. Rio de Janeiro: E-paper, 2005.

SINGER, Paul. *Introdução à economia solidária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

STERNE, Jonathan. MP3 as a cultural artefact, in: *New Media & Society*. Londres: Sage, 2006.

STERNE, Jonathan. *The Audible Past: cultural origins of sounds reproduction*. Durham & London. Duke University Press, 2003.

STRAW, Will. El consumo. In: FRITH, Simon et al. (org.). *La otra historia del Rock*. Barcelona: Ediciones Robinbook, p. 87-112, 2006

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. *Wikinomics*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007

Thompson, E.. Machines, Music, and the Quest for Fidelity: Marketing the Edison Phonograph in America, 1877-1925. *The Musical Quarterly*, n79, 1995, 131-171

THORNTON, Sarah. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Hanover & London: Wesleyan University Press/University Press of New England, 1996

TIERRA, Pedro. Notas para um debate sobre políticas públicas de cultura e projeto

TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. Rio de Janeiro: Record, 1980

TOMÁS, Lia. Impasses na música popular brasileira, in: *Comunicação & Educação*, São Paulo, ECA/USP, n. 20, janeiro a abril de 2001, pp.90-94.

TURANO, Juliana. A organização em rede dos festivais independentes de música:

Um estudo de caso da Abrafin. (Monografia) Graduação em Produção Cultural. Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2011.

VAZ, Gil Nuno. *História da Música Independente*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988.

VAZ, Paulo. Esperança e excesso. In: PARENTE, André. (Org.). *Tramas da Rede*. Porto Alegre: Sulina, v. 1, p. 189-208, 2004

VICENTE, Eduardo. A vez dos independentes: um olhar sobre a produção musical independente do país, *e-compós*. Brasília: Revista eletrônica da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Disponível em: <http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/ecompos07_dezembro2006_eduardovicente.pdf>.

VILARINO, Ramon. *A MPB em movimento: Musica, festivais e censura*. São Paulo: Olho d'água, 1999.

WEFFORT, Francisco. *A cultura e as revoluções da modernização*. Rio de Janeiro,

WEINZIERL, Rupert & MUGGLETON, David. What is "post-subcultural studies" anyway? In:

WILLIAMS, Raymond. *Culture and Society 1780-1950*. Nova York: Columbia University, 1983

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura. Usos da cultura na Era Global*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

YÚDICE, George. La transformación y diversificación de la industria de la música, in: BUSTAMANTE, Enrique (org.). *La Cooperación Cultura-Comunicación en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Alternativas, 2007, pp.175-201.

YÚDICE, George. Redes de gestión social y cultural en tiempos de globalización in: MATO, Daniel; AGUDO, Ximena; I. García (coords.). *América Latina en tiempos de globalización II: procesos culturales y cambios sociopolíticos*, Unesco - Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1999.

b) Hemerografia (artigos de jornal e blogs consultados):

BANDEIRA, Olivia; CASTRO, Oona. Fora de qual Eixo? *Auditório Ibirapuera*. 2011. Disponível em: <http://www.auditorioibirapuera.com.br/2011/09/19/fora-do-eixo-que-eixo/>

BITTENCOURT, Bruna. Popular music. 2006. Disponível em: http://www.sica.nl/sites/default/files/11R_Pop_Music.pdf.

BOECHAT, Ricardo; HERDY, Ronaldo. Atacado e varejo: livre pensar. In: *Istoé*. São Paulo, Ano 31, nº 2015, p.27, 18 de junho de 2008.

CANTANHÊDE, Eliane. Ministra Ana de Hollanda resiste ao cai-cai no governo. *Notícias BOL*. Disponível em: <http://noticias.bol.uol.com.br/entretenimento/2011/09/25/ministra-ana-de-hollanda-resiste-ao-cai-cai-no-governo.jhtm>

CAPILÉ, Pablo. Produção cultural (Entrevista). Disponível em: <http://www.producaocultural.org.br/wp-content/themes/prod-cultural/integra/integra-pablo-capile.html>

FERREIRA, Eduardo. Espaço cultural ao cuco. *Overmundo*. 2007. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/espaco-cultural-ao-cubo>

FLAVIO JR., José. A Nova Era dos Festivais. Disponível em: bravonline.abril.com.br/conteudo/musica/nova-era-festivais-467150.shtml, último acesso: 15 de julho de 2010).

HAGEL, John; BROWN, John Seely; DAVISON, Lang. From Do It Yourself to Do It Together. *DIY Cultures*. 2011. Disponível em: <http://diycultures.org/2011/10/>. Acesso em 18 dez. 2011

HICKSON, Melina. Produção cultural (Entrevista). 2011. Disponível em: <http://www.producaocultural.org.br/wp-content/uploads/livroremix/melinahickson.pdf>. Acesso em 20 nov. 2011

LAGE, Rafael. Gestão cultural integrada: o Circuito Fora do Eixo. *Overmundo*. 2011. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/gestao-cultural-integrada-o-circuito-fora-do-eixo>

LARÍU, Rodrigo. Independência S/A. In: *Rolling Stone*. 2007. Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/edicao/4/independencia-sa>. Acesso em 19 nov. 2011

LEMOS, Ronaldo. O elefante na sala do ministério. In: *Trip*. São Paulo, maio de 2011,

LOPES, Talles. Nos eixos (Entrevista). *Rock em geral*. Disponível em: <http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/>

MARQUES, Mario, SCHOTT. Abrafin em Foco. *Laboratório Pop*. Disponível em: <http://www.laboratoriopop.com.br/combustao/abrafin-no-foco>. 2010

MUNIZ, Renata. Maioridade ao Abril Pro Rock. In: *Almanaque Saraiva*. São Paulo, 2010.

NEY, Thiago. (in) dependente? *Folha de S. Paulo*, São Paulo. 18 de maio de 2010

PASSA PALAVRA. A esquerda fora do eixo. Disponível em: <http://passapalavra.info/?p=41221>

PEREIRA JR, Alvaro. Se o governo cisma, o indie acaba. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 17 de maio de 2010.

ROLLING STONE. Mercado de shows cresce 10%. (link: <http://www.rollingstone.com.br/secoes/novas/noticias/4827/>), último acesso: 10 de julho de 2010).

RONCOLATO, Murilo. Além das compras coletivas. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 13 de junho de 2011. Link - Caderno L2, p.2.

TORTURRA, Bruno. Ministério da Cultura. In: *Trip*. São Paulo, maio de 2011,

YOUSSEF, Ale. O Partido Pós-Rancor. In: *Trip*. São Paulo, maio de 2011,

c) Sites e blogs pesquisados:

Abrafin: <<http://www.abrafin.com.br/>>

Associação Brasileira de Produtores de Discos: <<http://www.abpd.org.br/>>

Facebook: < <http://www.facebook.com/>>.

Festival Demo Sul: < <http://demosul.blogspot.com/> >

Fora do Eixo: < <http://foradoeixo.org.br/>>.

Goiânia Noise Festival: <<http://www.goianianoisefestival.com.br/>>

Grito Rock: < <http://gritorock.com.br/>.

International Federation of the Phonographic Industry: < <http://www.ifpi.org/>>.

Laboratório Pop: <<http://www.laboratoriopop.com.br/> >

Last.fm: < <http://www.lastfm.com.br/>>.

Myspace: < <http://www.myspace.com/>>.

Na agulha: <<http://nagulha.com.br/>>

Overmundo: <<http://www.overmundo.com.br/> >

Passa Palavra: <<http://passapalavra.info/>>

Rock em Geral: <<http://www.rockemgeral.com.br/> >

Twitter: < <http://twitter.com/> >

Wikipédia: < http://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_principal>.

Youtube: < <http://www.youtube.com/>>.

d) Entrevistas realizadas:

Leo Hazuk, produtor do Goiânia Noise Festival (Goiânia, janeiro de 2012)

Marcelo Domingues, produtor do Festival Demo Sul (Londrina, janeiro de 2012)

Robson Timóteo, produtor do Grito Rock ABC e ABC do Som (São Caetano do Sul, março de 2011)

Ynaiã Benthroldo, baterista da banda Macaco Bong (São Paulo, janeiro de 2012)

ANEXOS

ANEXO 01

Nos eixos

Associação Brasileira de Festivais Independentes inicia nova fase com a chegada ao poder de nome de destaque do Fora do Eixo, movimento que ampliou e descentralizou o mapa da música brasileira através de ações associativistas. Fotos: Reprodução/internet.

Publicado em abril 26, 2011

Disponível em: <http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/>

Talles aponta para cartaz que cita espécie de dinheiro fictício criado pelo 'Fora do Eixo' em Cuiabá

A ABRAFIN (Associação Brasileira dos Festivais Independentes) nasceu para atender a uma possível demanda da Petrobras para o patrocínio de um circuito nacional de festivais independentes. O tal circuito nunca saiu do papel oficialmente, mas foi a entidade que exerceu forte influência na criação do edital que anualmente a empresa abre no mercado – só este ano, seis festivais filiados à ABRAFIN foram contemplados. Muito pouco, na visão de Talles Lopes, que compara a fatia com os patrocínios e incentivos fiscais destinados a outras áreas. Talles é, desde o início do ano, o Presidente da entidade, o primeiro do Movimento Fora do Eixo a chegar ao poder, pelo voto direto, sim, mas de forma consensual, já que, oficialmente, não há oposição nos corredores (ou computadores) da ABRAFIN.

Para quem ainda não se deu conta, “Fora do Eixo” é um movimento descentralizado que se alastrou pelo País no intuito de fomentar a música local, mas com amplitude nacional e até global. O nome se refere à atuação ser longe do “eixo dominante Rio-São Paulo”, mas, também, segundo seus líderes, por representar “uma nova forma de se olhar para a produção cultural, representada na música pelas grandes gravadoras”. Ao todo, Talles avalia que o “Fora do Eixo” reúne 78 coletivos integrados no país e ao menos uma centena de pontos parceiros. Articulado com a ABRAFIN, o movimento chega ao poder com o novo presidente, substituindo as duas gestões seguidas de Fabrício Nobre, da produtora Monstro, de Goiânia, e idealizador da entidade, junto com Paulo André, do Abril Pro Rock, do Recife. O novo presidente é formado em Ciências Sociais e se destacou à frente do festival Jambolada, de Uberlândia.

Acontece que, nesses cinco anos, além de surgir como representante respeitável dos festivais, a ABRAFIN passou a ser alvo de críticas que vão desde bandas que se acham preteridas nos eventos filiados, até outras que alegam tocar de graça justamente para aqueles que defendem o fortalecimento da cadeia produtiva no meio. Como se comunica pouco com a grande mídia, viu até o patrocínio que os afiliados conseguem através de leis de incentivo ser duramente questionado por um colunista sensacionalista de um jornal de grande circulação. Essas foram só algumas das questões abordadas nessa entrevista exclusiva concedida via e-mail, com direito a réplicas, com Talles Lopes.

O Presidente também fala do que pretende implementar em sua gestão, explica em detalhes o “Fora do Eixo” e seus trocentos “Coletivos”, e sugere uma “ponte” com o Rock In Rio. Tudo numa linguagem até simples, se considerarmos a verborragia empolada em geral usada pelos representantes do “Fora do Eixo”. O problema é que Talles atendeu ao pedido do repórter de não economizar nas palavras, e aí já viu... a entrevista teve que ser dividida em duas partes. Leia a primeira abaixo ou clique aqui para ir direto para a segunda parte.

Rock em Geral: Você assumiu a ABRAFIN em janeiro. Que avaliação faz desses primeiros meses à frente da entidade?

Talles Lopes: Acredito que estes meses têm sido muito importantes, principalmente para o processo de reconhecimento do campo de trabalho e alinhamento da nova diretoria, para a construção de um trabalho coeso e eficiente em toda a gestão. Já fizemos dezenas de reuniões (presenciais e virtuais) com os novos diretores para chegarmos a um programa claro e objetivo para a entidade, além de termos participado de dezenas de encontros e reuniões

representando a entidade. É a primeira vez que temos uma mudança na presidência da entidade, e isto levou a uma necessidade de transição burocrática e administrativa inédita. Transferimos a sede da entidade, de Goiânia para São Paulo, e estamos implementando, paulatinamente, um novo modelo de gestão financeira e administrativa, que também ocupou boa parte destes primeiros meses de trabalho. Além disso, já iniciamos um novo programa de encontros regionais, tendo realizado o primeiro na região Nordeste, durante o Porto Musical; o segundo vai acontecer em abril, na região Sul, durante o festival El Mapa de Todos, em Porto Alegre (a entrevista foi concluída no final de março). Estamos trabalhando na reestruturação e atualização do site da entidade, que deve ter nova versão lançada agora em abril, e que será referência de toda nova política de comunicação que pretendemos desenvolver. Tudo isso foi acompanhando de um trabalho de ouvidoria de todos os filiados, numa perspectiva de ampliar ainda mais o acompanhamento e a relação com cada um dos festivais, além de iniciarmos também um mapeamento e diagnóstico de dezenas de festivais que já nos procuraram nos últimos seis meses, interessados em se filiar, e que também devem ser acompanhados e atendidos. Ou seja, começamos num ritmo intenso, e não poderia deixar de ser diferente, tratando de uma entidade como a ABRAFIN.

REG: A situação que você encontrou era muito diferente do que você imaginava?

Talles: Já era diretor da entidade na última gestão, ocupando a Secretaria Geral, e desta forma já estava bastante familiarizado com a dinâmica de trabalho, e todas as dificuldades que enfrentamos. Talvez o fato de ter assumido a presidência me fez ter mais consciência da importância da ABRAFIN no cenário musical brasileiro, o que na verdade só serve de estímulo, não só a mim, mas a todos os novos diretores. Temos hoje uma grande equipe disposta a enfrentar este desafio e dar sequência ao excelente trabalho desenvolvido pela gestão anterior e nestes primeiros meses podemos entender melhor a dinâmica burocrática e administrativa, já que no campo político e nas relações com o mercado estamos dando sequência a um trabalho que foi construído nos últimos cinco anos. Já temos um acúmulo de experiências que não pode ser descartado e que serve de base para o desenvolvimento do nosso trabalho, e sabemos que temos muito que avançar e é nisso que estamos focados neste momento: dar sequência ao processo de conquistas sabendo dos diversos processos que precisam ser qualificados e aprimorados.

REG: Como funciona a eleição na ABRAFIN? Como você foi eleito?

Talles: A eleição da ABRAFIN segue um modelo normal de eleição, cada festival tem direito a um voto, e as eleições ocorrem de dois em dois anos. Contudo, temos um campo de alinhamento muito bacana na entidade, que fez com que nas duas eleições que ocorreram até hoje, as chapas fossem construídas de forma consensual. Desta forma, nossa chapa teve todos os votos dos 32 festivais filiados presentes na eleição. Já tínhamos um entendimento dentro da entidade que a continuidade do trabalho e o avanço na busca de criação de uma nova diretoria que tivesse mais pessoas participando era necessária, e, neste sentido, a construção de uma continuidade, e ao mesmo tempo de uma política de renovação dos quadros e lideranças, fez com que o meu nome e do Ivan Ferraro, da Feira da Música de Fortaleza, surgissem como referência para encabeçar a chapa. Um fator que fez muita diferença também foi eu ter me preparado para me dedicar exclusivamente a gestão da entidade, abandonando uma série de outras atividades que desenvolvia. Os demais nomes para a diretoria foram discutidos durante a assembléia de eleição a partir da disposição dos filiados em formarem esta nova equipe de trabalho. Esse acaba sendo um fator fundamental, o quanto as pessoas estão dispostas e se sentem à vontade de assumir o desafio de gerir uma entidade, que necessariamente exige abandonar uma série de outras atividades pessoais. Ainda não passamos por um processo de enfrentamento de chapas nas eleições da ABRAFIN, e acredito que isso seja um sinal de que as pessoas estão contentes com o rumo do trabalho desenvolvido.

REG: Podemos considerar então que nunca houve uma chapa de oposição na ABRAFIN?

Talles: Se nunca tivemos um conflito de chapas, podemos afirmar isso sim. Ou seja, podem até ocorrer discordâncias, mas até hoje isso não resultou numa articulação que buscou resolver a partir da disputa eleitoral. Isso talvez ocorra, porque as pessoas percebem que estas discordâncias podem ser encaminhadas propositadamente na relação com a diretoria, o que na minha opinião, é uma prova da abertura democrática e da convergência de interesses da

entidade.

REG: Dê uma geral no seu histórico no meio independente, antes de assumir a presidência da entidade:

Talles: Sou formado em Ciências Sociais, e desde o tempo da universidade me envolvi com a cultura e a música. A partir de 1998 desenvolvi um trabalho mais consistente dentro da Universidade Federal de Uberlândia para a valorização da música autoral. Participei de alguns grupos musicais na Universidade, mas sempre tive um maior envolvimento com produção. A partir de 2001 comecei a produzir a banda uberlandense Porcas Borboletas, e desenvolvi este trabalho até 2010. Durante este período universitário participei do processo de concepção e criação do Instituto CUCA, da UNE, e a partir de 2005 passei a realizar o festival Jambolada, em Uberlândia, que me possibilitou participar do processo de criação da ABRAFIN. A partir de 2005 também participei da concepção e construção do Circuito Fora do Eixo, e me envolvi também na plataforma do Conexão Telemig Celular, que desde 2009 passou a se chamar Conexão Vivo. Em 2007 montei com outros parceiros em Uberlândia, o Coletivo Goma, que gerenciou o espaço cultural Goma, entre 2007 e 2010, recebendo mais de 500 artistas independentes de todo o Brasil e exterior, sendo uma casa referência para a circulação de novos artistas no Brasil. Participei ativamente do processo de criação do Fórum da Música de Minas e do Programa Música Minas, e fui um dos idealizadores e membro da primeira diretoria das Casas Associadas, associação nacional de casas de shows independentes, hoje presidida por Ale Youssef, do Studio SP. Faço parte desde 2010 do Colegiado Setorial de Música e do Conselho Nacional de Políticas Culturais e já participei de dezenas de Seminários, Oficinas e Palestras no Brasil e exterior. Ou seja, de certa forma estou bem envolvido com todos estes novos processos que aconteceram na música e cultura brasileira na última década, e acredito que isso tenha me credenciado a assumir o maior desafio desta trajetória cultural, que é a presidência da ABRAFIN.

REG: Quais as prioridades da sua gestão à frente da entidade? Já está conseguindo fazer o que pretendia nesse início?

Talles: Minha principal prioridade é conseguir ampliar ainda mais a qualidade dos festivais independentes no Brasil e dar sequência ao trabalho de valorização desta plataforma tão importante na história da música brasileira. Para isso, acho fundamental que a ABRAFIN se assuma definitivamente como uma entidade classista, e tenha um foco cada vez mais claro nos festivais e nas suas necessidades e potencialidades. Com o crescimento da entidade e do número de filiados, fica cada vez mais difícil pensar em uma única ação que possa dar conta de atender a toda esta diversidade de anseios e interesses, e por isso o nosso grande foco é conseguir construir mais parcerias e programas que, somados, possam dar conta deste processo de qualificação. Neste sentido, estamos radicalizando num processo de acompanhamento personalizado de cada festival, para diante disso podermos entender onde podemos contribuir, quais os links com possíveis patrocinadores podem ser feitos, que consultoria técnica, negociação conjunta ou serviço é possível prestarmos, e auxiliarmos o festival filiado. Acredito que se aliarmos um bom trabalho técnico, com todo o processo de construção política que a ABRAFIN desenvolveu, temos o equilíbrio ideal para fazermos uma boa gestão à frente da entidade. Neste momento nosso maior desafio é técnico, por isso nosso foco principal foi na formação de uma excelente equipe de trabalho.

REG: Você pode explicar melhor como seria feito esse acompanhamento personalizado? Seria uma espécie de fiscalização da entidade junto aos festivais?

Talles: Este acompanhamento se dá a partir do contato estabelecido com o produtor. Se você estabelece um diálogo permanente com o produtor, passa a entender melhor tudo que cerca o seu festival, e passa assim a ter melhores condições de contribuir. Esta sempre foi a forma de trabalho dentro da entidade, mas seu crescimento exige que avancemos nisso também, com um aquecimento de deliberações dentro da lista de discussão, mas também com a construção de pontes de diálogos mais constantes, que só podem acontecer se você tem programas de trabalho prático juntos a estes festivais. Se não ativarmos programas de comunicação, captação de recursos, prestação de serviços técnicos, negociação coletiva, a gente não possibilita que mais pessoas dialoguem, como também mantemos o diálogo apenas no campo político e das relações pessoais. É mais criar formas dos festivais dialogarem com a diretoria e a partir daí nos fiscalizarem e nos ajudarem, do que a entidade fiscalizar os festivais.

REG: Desde que a ABRAFIN foi criada, essa é a primeira vez que o grupo mais –

digamos – antigo, que fundou a entidade, sai da presidência. Era uma mudança necessária? O que muda nesse sentido?

Talles: Na verdade este processo de transição e busca de um equilíbrio de gerações já estava em curso desde a gestão passada, onde festivais mais novos como o Jambolada já estavam bastante envolvidos com a gestão, e este movimento de renovação, no meu entender, acaba sendo natural e necessário. Nesta nova gestão, o que procuramos fazer é dar sequência a esta renovação, mas sem perder de vista a necessidade de ter este equilíbrio, e é por isso que temos pessoas como o Ivan Ferraro, da Feira de Fortaleza, o Fernando Rosa, do El Mapa de Todos, e a Karla Martins, do Festival Varadouro, que têm muita experiência e representam, neste novo momento, esta geração mais antiga. Contudo, acredito que esta separação entre festivais novos e antigos não consiga dar conta do espectro de forças e do contexto atual dos festivais independentes no Brasil. Na minha opinião, a grande diferenciação que existe é entre produtores de festivais mais ligados ao Mercado e ao Segundo Setor, e produtores mais ligados a lógica do Terceiro Setor, e o grande desafio é como vamos conseguir o equilíbrio entre estas duas esferas. Se formos avaliar a gestão passada onde a entidade era capitaneada pelo Fabrício Nobre e Pablo Capilé, já percebemos um trabalho na busca deste equilíbrio entre Mercado e Terceiro Setor, que agora é representado pela dobradinha que faço com Ivan Ferraro, emblemática pelo fato de termos um produtor de festival organizado por uma associação, e o produtor da Feira de Música mais antiga do Brasil.

REG: Você pode explicar os conceitos de “Mercado”, “Segundo Setor” e “Terceiro Setor”?

Talles: Entendo que temos três campos de atuação social: o do Estado, o poder público ou Primeiro Setor, onde as ações supostamente são voltadas para o bem público; o Mercado, campo das iniciativas privadas e dos interesses privados, chamado Segundo Setor; e as iniciativas privadas que têm um fim público, o chamado Terceiro Setor. Esta é uma definição amplamente utilizada pela Sociologia e pela Ciência Política. No caso dos festivais, temos um conjunto de festivais que são organizados por pessoas físicas, ou produtoras que se organizam nos moldes de empresas, e que estariam desta forma ligadas ao Segundo Setor e ao que eu chamei de “Mercado”. De outro lado, temos outro grupo de festivais organizados por associações sem fins lucrativos e coletivos culturais, que estariam no chamado Terceiro Setor. Claro que temos um campo de contaminação, onde estas fronteiras não são rígidas, e temos empresas que acabam tendo uma atuação semelhante a entidades do Terceiro Setor, mas podemos perceber a existência de campos de interesse e padrões de conduta, que tem nesta distinção uma referência para o seu entendimento.

Uma das reuniões presenciais da ABRAFIN

REG: Você também é representante do “Fora do Eixo” e agora preside a ABRAFIN. Podemos dizer que o “Fora do Eixo” chegou ao poder na ABRAFIN? Como fazer a diferença entre uma coisa e outra, para o grande público?

Talles: Esta é uma pergunta muito interessante e pertinente, e acho necessário explorarmos este tema inclusive para eliminarmos visões distorcidas sobre a relação entre a associação classista ABRAFIN e o movimento cultural Fora do Eixo. Para entender isso, é importante fazermos uma retrospectiva histórica. O movimento Fora do Eixo nasce junto com a ABRAFIN, por entender que era necessário construir um movimento mais amplo na música e cultura brasileira, já que uma entidade focada nos interesses dos festivais, até por uma questão estatutária, não poderia e não conseguiria dar conta de todo o espectro da música e da cultura no Brasil. Contudo, o Fora do Eixo sempre esteve presente na ABRAFIN, num primeiro momento com produtores de festivais filiados, e num segundo momento ocupando cargos na gestão da entidade. Como o Fora do Eixo tem por princípios trabalhar de forma colaborativa e coletiva, e é um movimento comportamental, que entende a cultura do ponto de vista antropológico, ele valoriza demasiadamente o trabalho associativo, e os quadros formados neste processo tem um entendimento muito claro da importância de trabalhar pelo outro, da necessidade de abdicar de projetos pessoais em nome de algo maior, e isso é uma característica fundamental para se ocupar um cargo de gestão numa associação que busque trabalhar por interesses coletivos de um número cada vez maior de pessoas. Ou seja, o Fora do Eixo é um processo de formação de gestores não apenas para a ABRAFIN, mas para qualquer associação ou entidade que tenha um fim público e não privado, e esta ocupação de

espaço vem acontecendo em diferentes campos. Hoje diversos quadros que passaram pelo processo de formação do Fora do Eixo ocupam espaço no poder público e em outras associações. Daniel Zen, que organizava o festival Varadouro, no Acre, e é um dos fundadores e idealizadores do Fora do Eixo, ocupou nos últimos quatro anos a Presidência da Fundação Elias Mansour, no Acre (correspondente a Secretaria Estadual de Cultura), e acaba de assumir a Secretaria Estadual de Educação no seu estado. Rayan Lins, do Coletivo Mundo, em João Pessoa, acaba de assumir a Gerência de Ação Cultural na Paraíba. Chico Cesar e Heluana Quintas, do Coletivo Palafita, no Amapá, também assumiram recentemente um cargo na Secretaria de Cultura do seu Estado, apenas para citar três exemplos. Temos dezenas de quadros do Fora do Eixo em conselhos municipais e estaduais de Cultura e de Economia Solidária, em cargos em associações municipais e estaduais, em Programas Públicos como o Música Minas, ou seja, o trabalho de formação política do Fora do Eixo capacita as pessoas a entenderem melhor o setor público e a iniciativa associativa. Neste sentido, este processo de formação é amplo e não se restringe apenas a uma tomada de poder, ao contrário, ele auxilia no entendimento que para ocupar estes cargos você tem que ter muita responsabilidade com a diversidade de interesses que você representa, e acredito que aí esteja a diferença que temos que explicitar para o grande público. Desde o momento que fui eleito presidente da ABRAFIN me afastei completamente de todas as demais atividades que estavam sobre minha responsabilidade, não apenas no Fora do Eixo, mas também na associação Goma, em Uberlândia, passando a ter foco exclusivo, nos próximos dois anos, na gestão da entidade, e na busca de representar com responsabilidade todos os festivais filiados. Ou seja, nos próximos dois anos, sou o presidente da ABRAFIN, que se capacitou no processo coletivo do Fora do Eixo, e que por isso tem princípios e valores conectados a este movimento, e acredito que isso seja inclusive um elemento muito importante para o sucesso nesta minha nova empreitada. Claro que não se trata simplesmente de virar uma chavinha e pronto, e que as pessoas continuarão me identificando com o Fora do Eixo, da mesma forma que o Fabrício Nobre continuou sendo identificado como o cara da Monstro Discos e do MQN. A diferença é que minha identificação é com um movimento cultural, que tenho muito orgulho de ter ajudado a construir.

REG: Além da ABRAFIN há outros organismos no meio independente, os “coletivos”, e outros com outros nomes. Como isso funciona? É tudo coordenado por vocês, da ABRAFIN?

Talles: A partir da experiência da ABRAFIN e do Fora do Eixo tivemos um processo de valorização muito grande na música brasileira do trabalho associativo, e a proliferação de associações e coletivos culturais. Claro que isso não é novo, já existia há muito tempo, mas acredito que tivemos um papel importante para a maior visualização desta prática, e isso se deve também pelo contexto político do país, que nos últimos oito anos, através de um governo popular, também valorizou os movimentos associativos e coletivos ligados a sociedade civil, num processo de “empoderamento” dos movimentos de base, com a realização de dezenas de conferências públicas, criação de conselhos e fóruns, e ampliação do diálogo com os movimentos organizados. Desta forma, temos hoje no Brasil centenas de organizações, associações, fóruns e coletivos de música, que sem dúvida têm na ABRAFIN e no Fora do Eixo uma referência, mas são geridas de forma autônoma. A ABRAFIN hoje é uma entidade que tem 44 festivais de música filiados e mais pelo menos 30 já cadastrados e em condições de se filiar, e sua gestão se dá para este grupo de filiados, e nada além disso. Já o Fora do Eixo é uma rede que tem 78 coletivos integrados em todo o país e mais pelo menos uma centena de pontos parceiros, e possui uma dinâmica de gestão e articulação própria e independente em relação à ABRAFIN. Além disso, temos uma série de outras iniciativas como as Casas Associadas, a Federação das Cooperativas de Música do Brasil, os CBACs (Comitê Brasileiro de Artistas Circulantes) e mais centenas de outras iniciativas municipais e estaduais, com as quais a ABRAFIN procura manter diálogo, mas evidentemente não tem nenhuma atuação direta, nem de gestão nem de articulação e mobilização. Contudo, ficamos extremamente felizes por perceber que a ABRAFIN acaba sendo referência para um momento mais colaborativo na música brasileira.

REG: Você citou de passagem os últimos oito anos, numa referência ao Governo Lula, que, de certa forma, continua com a Presidente Dilma Rousseff. Seria impossível a existência de toda essa estrutura associativa, caso outra linha política chegasse ao poder nas últimas eleições? Podemos concluir que a existência de governos ligados à esquerda e ao PT é que permitem essas ações associativistas?

Talles: Não sei se podemos fazer esta ligação direta, nos dias de hoje, onde a divisão esquerda e direita já não faz muito sentido, no meu ponto de vista. Contudo, acredito que os governos que apostam na valorização dos processos de organização da sociedade civil e criação de campos de participação desta sociedade para a criação de políticas públicas, sem dúvida, contribuem para o desenvolvimento de ações associativas. Contudo, acredito que temos um processo em curso no século XXI, de valorização de ações colaborativas e de desenvolvimento de redes, fomentando entre outras coisas, pelo desenvolvimento tecnológico e pela ascensão da internet, que também acabam sendo responsáveis por este novo momento da música e cultura brasileiras. Como coloca o pesquisador canadense Don Tapscott, um dos mais respeitados estudiosos do impacto de tecnologias nas empresas e nas sociedades: “Não vivemos na era da informação. Estamos vivendo na era da colaboração. A era da inteligência conectada”. Este novo contexto, no campo político, nos coloca diante do desafio, de encontrar novas formas de analisar a política para além das divisões clássicas de esquerda e direita, e sem dúvida, uma valorização maior da cultura, em oposição a economia, é um outro elemento fundamental para pensarmos em novas alternativas de mediação social e política mais conectadas a estes novos desafios do século XXI.

REG: Você não acha que o “Fora do Eixo” só vai ter sentido se um dia ele chegar – de fato - ao eixo?

Talles: Esta é uma afirmação interessante, e que na verdade os membros do Fora do Eixo sempre foram provocados em relação a isso. O Fora do Eixo, apesar de ter nascido como uma articulação de cidades e estados fora do eixo Rio-São Paulo, sempre se definiu não como um movimento geográfico, mas sim como uma nova forma de se olhar para a produção cultural, num movimento que criticava os processos desenvolvidos pela indústria cultural, representada na música pelas grandes gravadoras, as famosas “majors”, que coincidentemente tinham suas sedes e campos principais de trabalho no eixo. Sempre soubemos que o desenvolvimento desta nova forma de trabalho teria como consequência a busca do diálogo com o eixo, até mesmo porque existem uma grande quantidade de artistas nestas cidades que também não se sentem representados e atendidos pelo processo desenvolvido anteriormente. Contudo, para pensarmos uma atuação mais clara no eixo era necessário que a gente construísse estruturas em todo o país que permitissem efetivamente oferecer uma alternativa Brasil, ao processo concentrado apenas no Centro, e foi isso que aconteceu nestes últimos cinco anos. O momento que o Fora do Eixo se encontra agora é justamente o de levar esta plataforma Brasil para o eixo Rio-São Paulo e a prova disso foi a criação da Casa FDE-SP que hoje reúne 20 pessoas, num grande escritório nacional, referência dos trabalhos desenvolvidos pela rede, e que assume este diálogo e busca esta contaminação das estruturas estabelecidas no Eixo. Trata-se de um movimento que busca o Eixo, não dentro da lógica da cooptação como ocorria anteriormente, com os artistas de outros estados sendo pinçados e emoldurados dentro de estruturas centralizadoras, mas sim da contaminação e da negociação, mantendo um compromisso forte com os princípios que fizeram com que o movimento crescesse e chegasse também a cidades como São Paulo e Rio de Janeiro.

REG: Quais as fontes de recursos dessa Casa FDE-SP, que tem 20 pessoas? Quais as atribuições dela?

Talles: As fontes de receitas da Casa FDE-SP são bem variadas. Na verdade, a Casa FDE-SP é hoje o grande ponto de articulação nacional das ações do FDE, sendo responsável pela coordenação das diversas frentes de trabalho que são desenvolvidas por esta rede hoje. Neste sentido, as atividades realizadas pelo Fora do Eixo no Brasil todo dão o suporte para a manutenção deste espaço. Como eu disse, são diversas fontes de recursos, através de centenas de projetos, alguns patrocinados por leis de incentivo, outros não. O FDE realiza dezenas de ações semanalmente, shows, agenciamento, seminários, e tudo isso é sistematizado, e os recursos são administrados de forma colaborativa entre o Banco FDE, um grande fundo nacional, e os coletivos. Além disso, existem as ações em São Paulo, que também geram receita. São cinco datas mensais no Studio SP, além de uma série de outros serviços que são realizados para diversos parceiros que temos na cidade e em todo o país. Grande parte destes recursos para a manutenção do espaço vem destas diversas iniciativas realizadas, diretamente no mercado da música.

REG: Nos últimos tempos houve muitos questionamentos quanto a utilização de leis de incentivo à cultura pelos festivais independentes, o que gerou até uma denominação equivocada de “indie estatal” por um colunista da Folha (e depois uma reportagem

amenizando as coisas) aos festivais ligados à ABRAFIN. Qual a posição da nova gestão frente a essas questões?

Talles: Para nós a utilização de leis de incentivo pelos festivais independentes não é apenas legítima, como muito importante, e que inclusive ainda acontece de forma bastante tímida se analisarmos os números existentes hoje. Sabemos que o incentivo fiscal é praticamente a única forma, hoje, de patrocínio cultural no país, e sempre foi utilizada exaustivamente por todos os setores culturais, principalmente os mais bem posicionados. Grandes artistas da música, grandes montagens de teatro, grandes eventos como o Cirque de Soleil, praticamente toda a produção audiovisual brasileira, tudo isso conta com incentivo fiscal e se manteve até os dias hoje a partir desta forma de patrocínio. Ou seja, porque os festivais de música independente não poderiam utilizar dessa plataforma de incentivo? A indústria automobilística no Brasil se consolidou com dezenas de incentivos fiscais e suporte financeiro, assim como as próprias grandes gravadoras e veículos de comunicação se consolidaram no país com estes benefícios estatais, muitas vezes feitos de forma escusa e pouquíssimo transparente. Ou seja, trabalhar para a criação de políticas públicas que valorizem festivais de música, responsáveis pela renovação e descentralização da música brasileira, é algo necessário e continua sendo uma das principais diretrizes de trabalho da entidade. Isso não significa dizer que não vamos trabalhar para a consolidação de um novo mercado musical brasileiro, ao contrário, é a criação destas políticas públicas consistentes para o setor independente brasileiro que vão ajudar a alavancar este trabalho feito pelos festivais para a consolidação deste mercado. Não podemos ser reducionistas. Para você ter uma ideia, o valor de incentivo para a promoção de uma única orquestra brasileira, como a OSESP, é pelo menos cinco vezes maior do que todos os festivais da ABRAFIN conseguiram captar via Lei Rouanet no ano passado. Uma única grande produção teatral, ou um único longametrage capta o valor que todos os festivais da ABRAFIN captaram neste último ano também. Paralelamente, a porcentagem de atuação sem incentivo é muito maior nos festivais de música do que em todos os outros setores, ou seja, uma provocação como essa só demonstra que precisamos ampliar ainda mais o incentivo aos festivais de música independente, principalmente pela capacidade de contrapartida e resultado apresentados. Acredito que para fazermos uma leitura sobre processos de política cultural no país, precisamos ter muita responsabilidade e conhecer de fato o contexto histórico, as condições existentes e os dados reais, para assim fazermos colocações menos reducionistas e com pouca consistência. Não dá pra simplesmente imprimirmos o “achismo” e trazer leituras pessoais para avaliar um processo político complexo como o do incentivo público no nosso país, e a ABRAFIN, inclusive, sempre vai estar aberta para oferecer todas as informações necessárias para qualquer pessoa que queira abordar este tema.

Rock em Geral: Embora faça um trabalho fácil de ser reconhecido no meio, a ABRAFIN e os festivais independentes parecem ter dificuldade de se relacionar com a grande imprensa. Às vezes, para usar um termo comum no meio, vocês ocupam espaços em órgãos do governo, mas não conseguem ocupá-los na mídia. Por que você acha que isso acontece?

Talles Lopes: Bem, sabemos que historicamente a mídia tradicional sempre deu pouquíssimo espaço para a música independente como um todo, não apenas para os festivais. Se fizermos uma avaliação da ocupação de espaço nos últimos cinco anos, que é o período de existência da ABRAFIN, veremos que temos uma ampliação desta relação mídia e festivais independentes. A ABRAFIN, enquanto entidade, nunca desenvolveu um trabalho específico de assessoria de imprensa nacional, e o que acontece, na verdade, é que cada festival trabalha de forma autônoma para a sua difusão. Não temos grandes festivais filiados nos grandes centros brasileiros, principalmente Rio de Janeiro e São Paulo, e talvez por isso fica esta percepção de que os festivais dialogam pouco com a imprensa. Mas se você pegar os festivais filiados e avaliar suas clipagens, vai ver que a maioria dos festivais consegue grande projeção nas mídias locais e regionais, tanto em TV, rádio e impresso. O Jambolada, em Uberlândia, sempre teve grande destaque no Jornal Correio, que é o principal impresso local, assim como grandes coberturas das TVs locais, e isso ocorre em Goiânia, com o Goiânia Noise e Bananada; em Rio Branco, com o Varadouro; em João Pessoa, com o Festival Mundo; em Londrina, com o DemoSul; em Natal, com o Dosol; e assim por diante. Os programas de TV especializados em música como o “Alto Falante” sempre deram muito destaque para os festivais independentes, assim como outros programas como o “Radiola”, da TV Cultura, mas sem dúvida a maior repercussão é regional, e desta forma, fica a impressão deste pouco diálogo, se avalia apenas a grande mídia centralizada no eixo Rio-São Paulo. Contudo, a

transferência da entidade para São Paulo, e o indicativo de contratação de uma assessoria de imprensa nacional já são ações que buscam ampliar mais o diálogo com estes grandes veículos e assim melhorar a relação com a mídia. Agora, sem dúvida nenhuma, os grandes veículos nacionais ainda dão pouca abertura, mas acredito que isso não seja apenas uma falha na comunicação da entidade, mas também pelo fato de as linhas editoriais não visualizarem o artista independente, e os novos festivais como uma plataforma interessante, até mesmo porque não pagamos jabá e nem investimos em grandes ações de publicidade, e estamos descentralizados pelo Brasil todo. Contudo, acredito ser fundamental investirmos em um trabalho de assessoria de imprensa nacional para a entidade, como forma de qualificar este diálogo, e assim ampliar ainda mais este processo de ocupação de espaço, tanto da ABRAFIN, quanto dos festivais independentes.

REG: Quantos festivais a ABRAFIN reúne hoje? Você tem os dados por região? E por gênero musical?

Talles: Hoje na entidade temos 43 festivais filiados, em todas as regiões do país. Regionalmente estão espalhados da seguinte forma: Norte, seis festivais; Nordeste, 11 festivais; Centro-Oeste, 10 festivais; Sudeste, 10 festivais; e Sul, cinco festivais. Ainda não temos festivais filiados em todos os estados do país, mas recentemente o cadastro de festivais dispostos a se filiar coloca a possibilidade real de finalizarmos nossa gestão com festivais em todos os estados. Quanto ao gênero musical, percebemos que temos um número grande de festivais que não trabalham com um único estilo, e que acabam abarcando diversos gêneros. É comum você ver num mesmo palco artistas de hip hop, rock, mpb, samba e thrash metal. Temos também festivais mais setORIZADOS, voltados para cultura tradicional (como o Festival de Cururu e Siriri, em Mato Grosso); rock instrumental e surf music (Primeiro Campeonato de Mineiro de Surf, em Belo Horizonte); rock e psychobilly (Psycho Carnival, em Curitiba); e música instrumental e erudita (MIMO, em Olinda/Recife). Temos de festival de metal (Forcaos-Fortaleza), passando por valorização de artistas GLBTs (Mix Music-São Paulo) até música erudita nas igrejas históricas de Olinda (MIMO), além de grande parte da plataforma de festivais de rock, pop e indie nacional, numa ambiente de diversidade muito importante e representativo.

REG: Como a ABRAFIN arrecada para se manter? Que tipo de despesas ela tem?

Talles: A ABRAFIN sobrevive do pagamento das mensalidades por parte dos festivais filiados. No passado, já estabelecemos parcerias com algumas empresas como a Trama Virtual e a Sol, e com programas estatais como o Música Minas, que garantiram recursos para a entidade e ajudaram no seu processo de estruturação. Atualmente o valor da mensalidade por festival é de R\$ 50, e o festival pode acertar sua anuidade de uma única vez, com 20% de desconto. Sendo assim, fica claro que a entidade movimenta um recurso muito limitado mensalmente, que dá conta da parte burocrática e administrativa (contador, correio, impostos), além da circulação da diretoria e manutenção do escritório. Nenhum diretor recebe salário, e a ideia para esta gestão é retomar as negociações com a iniciativa privada e o poder público para que possamos ter mais recursos e assim ampliar a nossa capacidade de trabalho.

REG: É fácil acompanhar os deslocamentos de representantes da ABRAFIN por todo o Brasil e até no exterior pelas mídias sociais. De onde vêm as receitas para essas demandas (transporte, estadia, etc), já que o valor da mensalidade dos afiliados é tão pequeno?

Talles: Você pode acompanhar tudo pelo twitter da ABRAFIN, e pelos perfis dos diretores nas redes sociais. Contudo, vamos lançar em breve, possivelmente no início de maio, o nosso novo site, que também será responsável por publicar todas estas ações. Quanto ao custeio disso, em muitas das viagens a ABRAFIN é convidada e seus diretores normalmente recebem passagens aéreas, hospedagem e alimentação dos organizadores dos eventos. E apesar de ser pequeno, estamos falando de mais de 40 festivais filiados, e os custos administrativos chegam a 50% do valor recebido das mensalidades, o que possibilita também que tenhamos uma pequena quantia para investirmos em deslocamentos que avaliamos ser estratégicos. Temos também outras fontes de receitas que não são sistêmicas, mas fruto de parcerias específicas, como já ocorreu com a Senaes (Secretaria Nacional de Economia Solidária), a SOL, a Trama Virtual e o Programa Música Minas, que também geraram receita para a entidade. Atualmente, estamos estudando outras possíveis fontes de receita para a entidade, e o desenvolvimento de alguns projetos da própria entidade estão sendo avaliados, e

possivelmente em breve teremos novidades neste sentido.

REG: O cargo de presidente da ABRAFIN é remunerado?

Talles: Nenhum diretor da entidade tem cargo remunerado.

REG: Você acredita que o associativismo é uma boa direção para todos os setores do meio independente ou só funciona em alguns, como o dos festivais?

Talles: O trabalho associativo hoje já é uma realidade na música brasileira e tenho plena convicção que ele deve continuar sendo propagado e fortalecido em outros setores. Assim como os festivais, os músicos, as casas de shows, os coletivos, os selos, todos estes setores já possuem estruturas associativas consolidadas no Brasil, e a tendência, no meu ponto de vista, é que isso vai continuar crescendo no mercado independente brasileiro, até mesmo porque foi isso que posicionou a música brasileira de outra forma fora daqui atualmente. O processo de “resignificação” do “do it yourself” para o “do it together” feito no Brasil é hoje um case mundial, e tem atraído cada vez mais a atenção de dezenas de pessoas, dispostas a entender o processo que está acontecendo em nosso país, e acredito que a ABRAFIN teve um papel pioneiro muito importante neste campo. Acredito que, independente do setor ou área que a pessoa esteja, principalmente se está no campo da cultura independente, sempre vai ser mais interessante se juntar ao outro e somar forças. Claro que sabemos que em outros segmentos, como os músicos ou as casas de shows, existem outras dificuldades e contextos diferentes dos festivais, mas nunca houve também nada que comprovasse que os festivais de música naturalmente têm uma tendência e melhor condição de trabalhar de forma associativa. Isso foi construído, com muita dedicação e disposição de trabalhar com o outro, e entender que trabalhar coletivamente e colaborativamente era uma atitude que poderia qualificar e melhorar as nossas condições de trabalho.

REG: Há muitos artistas independentes que, por não se verem contemplados no elenco dos festivais, se sentem discriminados e acusam as direções dos festivais de fazer “panelas” só com os “artistas de sempre”. Esse tipo de avaliação preocupara a ABRAFIN? Como fazer para melhorar a imagem da entidade nesse sentido?

Talles: Desde o início da entidade que temos uma preocupação clara em evitar com que os festivais reproduzam a lógica que as rádios tinham seguido, de centralizar o seu potencial de difusão num número restrito de artistas. Se pegarmos os festivais da ABRAFIN em 2010, você vai ver que mais de mil artistas diferentes se apresentaram, ou seja, não dá para falar que é uma “panela” e que tocam sempre os mesmos artistas. Claro que você tem computado desde centenas de artistas locais que só tocam nos festivais da sua cidade, até aqueles que conseguem se posicionar melhor e tocam em diversos festivais no ano. Em nenhum ano, desde o nascimento da entidade, a gente não teve nenhum artista que tenha se apresentado em mais de nove festivais no mesmo ano, ou seja, basta fazer este estudo que você percebe que esta é uma crítica rasteira e sem fundamento. Mas mesmo assim, precisamos o tempo todo pensar em mecanismos que cada vez mais democratizem o acesso a plataforma de festivais, e iniciativas como o “Toque no Brasil”, um portal que disponibiliza vagas para shows em todo o país, sempre são vistas pela ABRAFIN como positivas e são inclusive apoiadas pela entidade, como é o caso deste portal. Agora, a entidade respeita a autonomia de cada festival na sua curadoria e criação de grade de programação, inclusive este é um ponto central na entidade, o respeito à autonomia local de cada festival, e por isso não podemos intervir para evitar que alguns produtores gostem dos mesmos artistas e queiram assim abrir espaço pra eles. Quando a ABRAFIN começou, tocavam 200 artistas nos festivais, e em 2011 serão bem mais de mil artistas se apresentando. Mas sabemos que temos mais de 10 mil bandas e artistas no país, ou seja, mesmo que a gente obrigasse os festivais a terem programação completamente inédita a cada ano, o que seria um absurdo e com certeza levaria a desagregação da entidade, continuaríamos com 9 mil artistas não se apresentando e por isso questionando a suposta panelinha da ABRAFIN, que mais se parece, com um grande caldeirão, no meu entender. Ou seja, talvez o que mais possamos fazer neste momento é trazer a tona estas informações para que as pessoas evitem fazer comentários alimentados apenas pelos seus interesses pessoais, sem compromisso com os fatos. Tem artista que mal começou, não fez nem uma turnê estadual, ou realizou uma temporada de shows na sua cidade e já reclama que não está se apresentando nos festivais da ABRAFIN. Tem artista que não procura o festival da sua cidade ou do seu estado e já reclama que não tocou no Abril Pro Rock ou no Goiânia Noise. Ou seja, temos que entender também que existem uma série de

processos dentro deste novo mercado da música brasileira, e que existem caminhos a serem trilhados para que o artista se demonstre viável e interessante para os festivais, e que não basta simplesmente ser uma banda nova para garantir este espaço. Temos uma discussão bem complexa que envolve curadoria, exigências dos artistas, plateia consolidada, disponibilidade de agenda, conceito e conteúdo estético do Festival, retorno de mídia espontânea, entre diversos outros fatores e variáveis que têm que ser avaliados para se ter uma compreensão mais ampla das curadorias dos festivais independentes no Brasil.

REG: Esses números que você cita fazem parte de um levantamento já publicado? Está disponível on line?

Talles: Ainda não tivemos nenhuma publicação sobre estes números, infelizmente, e sem dúvida, este vem sendo um dos principais desafios que elencamos para esta nova gestão. Qualificar a produção de dados e indicadores relativos aos festivais filiados. Um dos projetos que estamos desenvolvendo, e que vamos buscar parceiros para realizá-lo, e espero que seja possível fazer ainda este ano, é justamente a publicação de um mapeamento da cadeia produtiva dos festivais. Outra iniciativa, que sem dúvida nenhuma vai auxiliar na visualização destes números, é o “Toque no Brasil”, que, além de ser um portal de oportunidades, é também um campo muito fértil para a sistematização de dados e informações, não apenas dos festivais, mas de todo o mercado independente brasileiro. Agora, se você avaliar que um dos festivais filiados é o Grito Rock, que este ano aconteceu em 135 cidades, disponibilizando apenas dentro do “Toque no Brasil”, mais de 600 vagas para shows, você percebe que estes números são bem factíveis.

REG: Uma grande questão que se coloca em relação aos festivais é a remuneração dos artistas de menor expressão. Qual é a posição da ABRAFIN nesse particular?

Talles: Como eu disse na pergunta acima, em princípio a ABRAFIN respeita a autonomia dos festivais na condução do seu trabalho, e não interfere nos processos de negociação entre o festival e o artista. Agora, é evidente que a ABRAFIN defende e trabalha para que todos possam ser remunerados de forma justa, e todo o trabalho político para ampliação de políticas públicas e busca de maiores recursos neste setor, vem com a intenção de qualificar os festivais, e conseguir desta forma esta remuneração justa para todos. Sabemos, contudo, que esta ainda não é a realidade de todos os festivais independentes no Brasil, e que muitos ainda trabalham sem apoio nenhum e sobrevivem apenas pela dedicação e força de vontade do produtor local, que coloca seus bens pessoais a serviço da música independente brasileira. Se o festival tem recurso do poder público ou de grandes empresas privadas, defendemos abertamente esta remuneração. Inclusive, um fator curioso, quando a ABRAFIN ajudou a Petrobras e a Funarte a criarem seus editais para festivais de música, fomos nós quem sugerimos e exigimos que se colocasse dentro do edital a obrigatoriedade da remuneração do artista. Ou seja, acredito que nossa contribuição está e continuará sendo dada para a qualificação desta relação artista novo e festival, entendendo que um processo como esse, de criação de um mercado novo, leva tempo e exige paciência e responsabilidade. Para a gente refletir, ficam as perguntas: quantos artistas novos recebiam cachê e tinham oportunidade de tocar antes do nascimento da ABRAFIN? Quais outros espaços valorizam este artista e lhe concedem palco e público qualificado para mostrar seu trabalho? Ano a ano, cada vez mais festivais conseguem remunerar todos os artistas, e isso cada vez mais é, inclusive, uma referência para que o festival tenha apoio. Ou seja, não podemos avaliar esta questão sem olhar para todo um contexto de nascimento e desenvolvimento de um mercado médio no Brasil que nunca existiu, e se começa a dar indícios de existência é porque contou, nestes últimos cinco anos, com artistas que também entenderam a necessidade de investir e construir tudo isso junto com os produtores, em parcerias justas e equilibradas para todos os lados, sem maniqueísmos ou vitimização. Não vejo nenhum artista colocar publicamente a insatisfação por pagar para tocar no SXSW (South by Southwest, realizado no Texas, Estados Unidos) ou na Womex (World Wide Music Expo, realizado em Copenhague, na Dinamarca), que são exemplos de festivais e feiras internacionais que não remuneram o artista, até porque fora daqui tem-se uma visão clara que as feiras e festivais são muito mais plataformas de promoção e construção de carreira do que necessariamente fontes de sustentabilidade direta para o artista, e isso também é algo que deve ser colocado para avaliarmos estas críticas.

REG: Você pode garantir que os festivais filiados à ABRAFIN remuneram todos os

artistas e todos que trabalham num festival?

Talles: Como eu disse, a entidade não tem condições de intervir na dinâmica de trabalho dos filiados. Até hoje, nestes cinco anos de trabalho, não recebemos nenhuma denúncia de que os festivais da entidade pratiquem formas de exploração, e como já visitei dezenas de festivais, sempre encontrei um clima de conforto entre todos os envolvidos, inclusive as bandas. Normalmente os artistas que tocam sem receber cachê estão confortáveis com a situação, até porque eles aceitaram a proposta feita, e quem na verdade reclama são os que não tocam nas condições oferecidas. As negociações são muito claras e transparentes, as condições são oferecidas e os artistas aceitam ou não, assim como todos os fornecedores e prestadores de serviços. Nunca chegou a diretoria da entidade um caso onde fosse necessária nossa intervenção. Na verdade, já temos um trabalho de triagem para a filiação onde a idoneidade do festival e seu respectivo produtor são avaliados. O festival necessariamente já tem que ter realizado três edições em três anos consecutivos para pedir filiação, ou seja, isso possibilita que tenhamos condições de avaliar o histórico do festival e averiguar sua idoneidade, e garantir minimamente a manutenção de uma conduta honesta e idônea das pessoas filiadas diretamente a entidade.

REG: Um comentário. Já estive em muitos festivais fazendo coberturas para diversos veículos e sempre ouço histórias de cachês não pagos e falta de estrutura, desde transporte local até mesmo coisas pequenas como água potável para consumo dos músicos. Já soube também que há festivais patrocinados por grandes empresas que apresentaram orçamento que inclui cachê para artistas, mas nunca fazem efetivamente o pagamento. Embora eu não possa provar, é uma observação recorrente.

Talles: Acho que temos que ter cuidado ao fazermos determinadas considerações. Eu não quero transformar o universo dos festivais numa ilha da fantasia, e, sem dúvidas, temos alguns problemas. Como eu disse, cada festival tem a autonomia para fazer sua gestão. Acredito que seria mais interessante se trabalhássemos com informações mais claras. Como eu disse, para avaliarmos estas questões é importante fazermos uma contextualização histórica. Exemplo: quantos festivais independentes você cobriu antes de 2005? E quantos você cobriu depois de 2005? Quais eram as condições destes festivais antes da criação da ABRAFIN? Quantos artistas independentes circulavam o país recebendo cachê? Qual era a qualidade técnica dos festivais (palco, som, luz, atendimento, hospedagem)? E estou falando de festivais independentes, não de festivais com formato pop e artistas do mainstream. Se a gente não avaliar este processo de forma comparativa, vamos nos prender a reclamações e comentários, que podem ser recorrentes em alguns setores, mas que, como você diz, não podem ser provadas e que também não apontam soluções para os problemas que enfrentamos. Eu tenho plena convicção que os festivais independentes brasileiros têm melhorado consideravelmente, e que existe um crescimento quantitativo e qualitativo destes festivais, da mesma forma que tenho plena convicção que temos que muito que melhorar, e que ações como a ABRAFIN contribuem para que possamos encontrar as soluções para estes problemas, de forma sistêmica e não pontual. Levantar dúvidas, sem dar nome aos bois, no meu entender, é bastante complicado, porque podemos descredibilizar toda a relação duramente construída nos últimos anos entre os festivais e os artistas, os meios de comunicação, os patrocinadores e o poder público, por conta de comentários e boataria. Todos os festivais que contam com patrocínio de grandes empresas fazem isso através de leis de incentivo, e tem que prestar contas públicas dos seus projetos, e o poder público e as empresas fazem esta fiscalização. Ou seja, é preciso ter muito cuidado, e ter um trabalho investigativo muito sério para tirarmos conclusões mais contundentes sobre isso, até mesmo porque tem que ter um conhecimento do projeto que foi avaliado, a negociação que foi feita com o artista, a forma de pagamento combinada, e a forma que a prestação de contas que é feita, entre diversos outros pontos que confirmariam uma acusação como essa.

REG: Não leve como uma acusação. Foi só um comentário. Mudando de assunto, como você vê a atuação da nova Ministra da Cultura? Mudou alguma coisa, do ponto de vista da entidade, da gestão anterior para a gestão desse ano? Quais as perspectivas?

Talles: Em princípio, a nossa diretriz foi a de esperar o novo Ministério tomar posse definitivamente dentro da perspectiva de respeitar os primeiros 100 dias de gestão para fazer uma avaliação contundente. Durante este início do mandato, infelizmente a nova gestão do MINC deu alguns indicativos que deixaram claro a indisposição em dar sequência as políticas desenvolvidas nos últimos oito anos dentro do MINC, o que na nossa avaliação é um grande

equivoco, e, mais do que isso, um desrespeito a todo o setor cultural que apoiou a eleição de Dilma Rousseff, acreditando que teríamos uma sequência no trabalho desenvolvido até então. De forma mais agravante, a negação do projeto anterior não se deu com a apresentação de um novo projeto, o que nos deixa mais preocupados ainda, pois ainda não sabemos qual o projeto deste novo ministério, quais os conceitos e referências que vão balizar as políticas públicas na cultura, nos próximos anos em nosso país. A ABRAFIN participou ativamente, desde sua fundação, de todos os processos de construção de políticas públicas para a música no Brasil, e mesmo sendo criticada em vários momentos, estava claro a disposição para o diálogo e a busca de construção participativa que orientava a gestão anterior. Todas as primeiras medidas adotadas pela atual gestão de Ana de Hollanda têm um sentido de valorização de um modelo analógico de produção e difusão musical, que acaba centrando sua ação no criador e seu produto, sem compreender a cadeia produtiva da música como um processo, e assim construir políticas públicas estruturantes. Para o setor independente, que é o que defendemos e representamos, esta visão é muito preocupante, pois sabemos o quanto é necessário ao Estado investir em políticas públicas estruturantes e descentralizadas, para assim termos condições de conviver com um mercado hegemônico e centralizador. Neste sentido, acreditamos que hoje é fundamental que um processo de mobilização de todo setor cultural seja colocado em curso com o objetivo de garantir a continuidade do diálogo, e mais do que isso, de construção de um Projeto para a Cultura Brasileira, que oriente a gestão pública independente das pessoas e gestores nomeados, e que sejam democráticos, inclusivos e respeitem a diversidade cultural de nosso país.

REG: Quais as maiores conquistas da ABRAFIN nesses cinco anos de existência?

Talles: Acredito que temos diversas conquistas, em diversos níveis. No campo político, a ABRAFIN tem um papel fundamental neste novo momento da música brasileira, por demonstrar a força e a necessidade de termos movimentos associativos fortes na música e na cultura, que estejam comprometidos com projetos maiores, e que vão além dos interesses individuais. Este talvez seja o principal legado político da ABRAFIN, para a nova música brasileira. Este trabalho político teve como consequência direta um processo de valorização dos festivais independentes como plataforma de política pública, gerando editais importantes como o da Petrobras e da Funarte, frutos diretos de articulação da entidade. Além disso, parcerias foram estabelecidas com governos estaduais, em projetos como o “Ano de Minas” na ABRAFIN, que possibilitou a circulação de dezenas de artistas mineiros subsidiados para os festivais independentes. Plataformas privadas como o “Conexão Vivo” e a “Oi Futuro” também passaram a investir diretamente em festivais em seus editais, e cada vez mais os festivais são vistos como excelente espaço de valor agregado e potencializarão de novos negócios pela iniciativa privada. Estabelecemos contratos diretos da entidade com empresas, beneficiando diretamente todos os festivais filiados, como ocorreu com a cerveja Sol, nos anos de 2008 e 2009. Além disso, tivemos parcerias com veículos de comunicação, como a Trama Virtual, que inclusive investiu recurso direto nos festivais, além de fazer a cobertura e produzir um documentário da ABRAFIN no ano de 2008, e acabamos de firmar uma parceria com a ARPUB (Associação de Rádios Públicas do Brasil) que vai permitir a transmissão de festivais via satélite por rádios em todo o país, além de termos um boletim semanal em dezenas de rádios brasileiras, que terá como pauta os festivais, o que abre um campo de diálogo muito interessante para o produtor e a rádio pública local. Ainda no campo político a ABRAFIN teve presença efetiva na construção da Rede Música Brasil, e ocupa cadeiras nas instâncias participativas da Música e Cultura Brasileiras, como o Colegiado Setorial de Música, o Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC) e a CNIC (Comissão Nacional de Incentivo Cultural). Conseguimos criar um campo de mapeamento e pesquisa da cadeia produtiva da música muito interessante, tendo feito parcerias com a Secretaria Nacional de Economia Solidária, vinculada ao Ministério do Trabalho, além de diversas parcerias estaduais com o Sebrae. Este processo de geração de estudos e indicadores, neste momento está sendo fundamental para a criação de uma plataforma nacional da entidade para negociações coletivas e captação de recurso, e em breve esta plataforma estará a serviço de todos os festivais brasileiros, inclusive os não filiados a entidade. Outra grande conquista foi a qualificação e criação de espaços de debates sobre a música brasileira. Hoje é uma tendência a realização de seminários e debates como parte da programação dos festivais no país, e a ABRAFIN foi sem dúvida o principal vetor deste processo, conseguindo ter hoje uma plataforma de formação fundamental para que seja possível nivelar nacionalmente o debate sobre a Música e a Cultura, em temas que vão desde a reforma da LDA, até a capacitação na

gestão das carreiras, passando por temas como o Plano Nacional de Cultura, as estruturas de exportação da música brasileira e a reforma da Lei Rouanet, além de processos de formação técnica com oficinas e workshops especializados. No campo internacional, a ABRAFIN abriu diálogo e criou parcerias com diversos festivais e feiras internacionais, como o SXSW e o CMJ, nos Estados Unidos; o Pop Montreal, no Canadá; a BAFIN, na Argentina; a WOMEX, o Transmusicales e o Great Escape, na Europa; abrindo ainda mais o intercâmbio com produtores e artistas internacionais. Sem dúvida nenhuma são muitas conquistas importantes, em diversos campos diferentes, na relação com o poder público, no diálogo com o mercado e os veículos de comunicação, na promoção de processos de pesquisa e formação, mas a principal conquista, no meu entender, foi a construção de um campo muito fértil de troca entre produtores e agentes da cadeia produtiva da música em todo país, numa experiência inédita. Os espaço de convivência gerado internamente foi fundamental para o amadurecimento de todos envolvidos, gerando centenas de negócios paralelos, articulações locais e estaduais e, principalmente, novas amizades que quotidianamente alimentam de idéias, inovações e novos negócios o universo da música brasileira.

REG: Vamos fazer um exercício. Suponhamos que eu organize um festival e que esteja em dúvida se vale a pena ou não ter esse evento filiado à ABRAFIN. Como você me convenceria a fazer a filiação?

Talles: Bem, eu poderia listar aqui dezenas de argumentos neste sentido, utilizando inclusive todas as conquistas citadas na resposta acima. Contudo, a maneira mais fácil para te convencer a fazer a filiação seria te convidando a participar de um de nossos encontros, que sempre acontecem dentro de algum festival filiado. Não existe argumento melhor do que proporcionar ao produtor do festival participar deste espaço de convivência e efervescência que é a ABRAFIN.

REG: Festivais como o SWU e o Planeta Terra são considerados independentes pela ABRAFIN? Por que eles não são filiados à entidade?

Talles: Quando a associação foi criada tivemos um debate muito intenso sobre os critérios para definir a filiação, e o princípio fundamental elencado foi o de compromisso com a cena local e continuidade do trabalho, e também o fato de potencializar artistas independentes. Neste sentido, os festivais institucionais, como o Terra, ou, na época, o Tim Festival, o Claro Que é Rock, os festivais organizados diretamente pelo poder público, como o Festival de Guaranhuns, e os ligados a grandes veículos de comunicação, como o Planeta Atlântida, estão impedidos, porque a mudança de orientação dos gestores de marketing, como aconteceu com o Tim Festival e o Claro Que é Rock, poderiam levar a extinção do projeto, e a mudança da gestão pública, por conta do processo eleitoral também pode ter o mesmo resultado. Por isso, festivais como o Terra não são filiados. Além disso, temos outros critérios como participação de bandas regionais (25% da programação) e participação de artistas independentes, não vinculados as “majors” (75%), o que dificulta a entrada de eventos de grande porte e caráter internacional, como o SWU e o Rock in Rio. Contudo, uma das diretrizes desta nossa gestão é justamente ampliar o dialogo com todos os festivais, independentes de estarem filiados a entidade, e sem dúvida nenhuma, estes grandes festivais têm uma importância enorme no mercado da Música Brasileira, principalmente na promoção de artistas internacionais no país, e acho inclusive que o diálogo destes festivais com a ABRAFIN pode contribuir para que estas plataformas sejam melhor aproveitadas pelos artistas independentes brasileiros.

REG: Você citou o Rock in Rio, que volta a acontecer este ano e a cada dois anos (pelo menos) até as Olimpíadas de 2016. Numa entrevista com vice-presidente Roberta Medina, percebi um desconhecimento da curadoria deles quanto ao meio independente. Há artistas independentes no elenco desse ano, mas não seria interessante a ABRAFIN participar com um palco de artistas independentes num festival como esse? Vocês já pensaram em procurar a Artplan para tratar do assunto?

Talles: Tivemos uma experiência como essa muito interessante na Virada Cultural, em São Paulo, com um palco ABRAFIN, durante dois anos. No início do ano, pensamos nesta possibilidade de procurar a Artplan e oferecer algo semelhante para o Rock in Rio, mas eles já tinham o conceito para esta edição fechada, e nós tínhamos uma série de outras prioridades também. Já tivemos conversas também em dezembro passado com os organizadores do SWU neste sentido, e acredito que tudo que puder ser feito para melhorar o posicionamento dos artistas independentes brasileiros nós temos que fazer, e não podemos desprezar a

importância destes grandes festivais, no universo da música brasileira. Inclusive, se você quiser ajudar a fazer a ponte com o Rock in Rio, a ABRAFIN está a disposição!

ANEXO 02

Documento oficial da saída dos festivais da Abrafin

Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/blog/sobretudo/?id=1204169&tit=psycho-carnival-demo-sul-e-outros-11-festivais-deixam-a-abrafin>

Prezados,

Existe um debate acerca da Associação Brasileira de Festivais Independentes (ABRAFIN) ocorrendo dentro e fora da entidade. Deste debate público depreendem-se importantes pontos, dentre os quais a evidência de que a ABRAFIN não é mais uma unanimidade. Boa parte da aura de independência se esvaiu e, não raras vezes, percebemos que a entidade é vista com desconfiança. Qualificar e aprofundar este debate de forma íntegra, democrática e sem ranços é uma necessidade que se impõe à ABRAFIN e à própria rede de festivais independentes espalhados pelo país.

Goiânia Noise Festival, Casarão, Psycho Carnival, DemoSul, 53 HC, Goiaba Rock, PMW, RecBeat, MADA, El Mapa de Todos, Campeonato Mineiro de Surf, Mix Music e Abril Pro Rock são festivais afiliados à ABRAFIN (alguns deles membros-fundadores) que não se sentem à vontade com o atual estado de coisas. Discutindo os rumos tomados pela entidade nos últimos anos, estes festivais, apesar de sua diversidade, apresentam dois aspectos em comum: não pertencerem ao coletivo Fora do Eixo (ainda que praticamente todos eles possuam parcerias pontuais com este mesmo coletivo) e não se sentirem representados pela ABRAFIN. Com base nesta constatação, o conjunto de festivais em questão elaborou este documento apresentando suas perspectivas e anseios em relação à entidade.

A ABRAFIN deve ser capaz de abarcar a complexidade, as diferenças e particularidades de seus festivais membros. O atual panorama da produção musical independente brasileira evidencia os diversos caminhos e abordagens adotados no conjunto de festivais que se congrega na ABRAFIN. Adotar um modelo único de funcionamento é um erro crasso, completamente oposto às premissas da fundação da entidade. Em um país de tantas diferenças e de proporções continentais como o Brasil é inadmissível acreditar na existência de um só paradigma que valha de Norte a Sul. Cada festival possui não apenas a autonomia, mas principalmente a expertise necessária para lidar com sua realidade local, bem como com sua proposta estética.

A ABRAFIN não é e jamais deverá ser Fora do Eixo. Com erros e acertos, o Fora do Eixo é uma das diversas possibilidades no trabalho com a música independente brasileira. Não é a única. Infelizmente, nos últimos anos, houve uma indevida sobreposição entre as duas entidades. O fato desta reunião da ABRAFIN estar acontecendo dentro de um Congresso Fora do Eixo é prova irrefutável desta sobreposição. A opinião pública, obviamente, tem sido incapaz de diferenciar ABRAFIN e Fora do Eixo. Cabe à ABRAFIN se desfazer deste erro e voltar a lidar com a multiplicidade de enfoques que existe em seu arcabouço.

O estatuto da ABRAFIN deve ser mantido e respeitado. Sua construção foi fruto de anos de trabalho laborioso, norteado pelo espírito de independência da nova música brasileira, bem como por sua diversidade e complexidade. Nele estão edificados conceitos ainda pertinentes e válidos, como aquele que define o que vem a ser um festival independente aos olhos da entidade. Abrir mão deste patrimônio é esvaziar de forma oportunista o próprio espírito da ABRAFIN.

A condição de três anos consecutivos para que um festival se filie à ABRAFIN deve ser mantida. Esta premissa tinha vistas a afastar a entidade de festivais aventureiros que surgem aos montes a cada instante. Para que a ABRAFIN seja uma entidade sólida, em sua composição deve haver apenas festivais que apresentem este compromisso com a continuidade. De outra forma não será possível construir um circuito efetivamente forte de festivais por todo o território brasileiro.

Festivais independentes e artistas não são entes antagônicos. A fundação da ABRAFIN trazia em sua concepção a moderna ideia de que tanto os festivais e seus produtores quanto as bandas e artistas que nele se apresentavam necessariamente faziam parte de um mesmo grupo, uma mesma proposta e um mesmo ideário. Nos últimos tempos o que se tem percebido é uma distensão entre estes dois pólos. Cada vez mais a ABRAFIN e artistas têm se encarado de forma animosa, como se fossem opostos. A concepção original da ABRAFIN preconizava músicos e produtores como pares, como partes de uma mesma engrenagem capaz de fazer a música independente avançar rumo a um profissionalismo cada vez mais acentuado, bem como a uma total liberdade criativa.

A ABRAFIN é uma entidade que congrega e aglutina festivais independentes ao longo do país. A razão de ser de cada um de seus festivais afiliados é converter-se em plataforma para a nova expressão musical brasileira. Cada festival deve trazer em si o compromisso com o novo, com a diversidade e com a riqueza musical do nosso país e do mundo, a partir do olhar estético que é próprio de cada afiliado. Estabelecer um grupo único e excludente de artistas que são sempre os mesmos a circular artificialmente por todos os festivais é atentar contra a própria razão de ser da ABRAFIN. Mais que isso, é transformar o circuito de festivais congregados pela entidade num pastiche do mainstream da velha indústria fonográfica.

Dividir a ABRAFIN em regionais é algo a ser evitado neste momento de ataques, dúvidas e fragilidades. Os festivais, cada qual em sua região, já agem localmente. Inflar a entidade com outros tantos festivais de trajetória ainda incipiente ou mesmo duvidosa é abrir brechas para uma ainda maior fragilização da entidade. Ao contrário, a ABRAFIN deve se fortalecer a partir das premissas expressas em seu estatuto, assegurando solidez para saltos maiores num futuro, quiçá, próximo.

Ser ponta de lança na efetiva construção de um mercado independente sustentável é um dos pilares da ABRAFIN. Tal construção passa, necessariamente, pelo apoio do poder público progressista. Por esta via, o uso de verbas públicas deve ser estratégico e voltado para a construção, a médio e longo prazos, deste mesmo mercado. Desafortunadamente, o que se tem visto é uma ABRAFIN que cada vez mais enxerga os recursos públicos como um fim e não como um meio. É papel da ABRAFIN buscar recursos não apenas junto ao poder público, mas também à iniciativa privada, sempre tendo a independência como paradigma de primeira ordem.

A ABRAFIN é uma entidade suprapartidária e superior a qualquer grupo que esteja sob sua alçada. A atuação política da ABRAFIN se dá pelo próprio caráter transformador e progressista da arte e da cultura. A ABRAFIN deve estar a serviço, única e exclusivamente, de seus afiliados e da cadeia produtiva que os cerca.

Tal e qual foi explicitado no início deste documento, o conjunto de festivais que ora o redige não se sente mais representado pela ABRAFIN. Por esta via Goiânia Noise Festival, Casarão, Demo Sul, Psycho Carnival, 53 HC, Goiaba Rock, PMW, RecBeat, MADA, El Mapa de Todos, Campeonato Mineiro de Surf, Mix Music e Abril Pro Rock vêm respeitosamente solicitar sua desfiliação da Associação Brasileira dos Festivais Independentes. Todavia, o mesmo grupo entendeu por bem contribuir para o debate acerca da entidade compreendendo o importante papel que ela pode vir a cumprir na seara da produção cultural brasileira.

Não se trata aqui de uma debandada movida por disputas políticas internas. Fosse assim, a desfiliação seria uma estratégia absurdamente equivocada. É notório que o grupo que assina este documento possui força e representatividade para quaisquer disputas dentro da entidade, mas tais disputas estão completamente fora do escopo de seus interesses. A sobreposição existente entre ABRAFIN e Fora do Eixo tem criado uma série de desafortunados e prejudiciais mal-entendidos a este conjunto de membros e, por ora, a alternativa entendida como mais apropriada a todos aqui é o afastamento.

Sucesso a todos!

ANEXO 03

Abrafin 2.0

Disponível em:

http://pt-br.facebook.com/permalink.php?story_fbid=299965653381397&id=307925372581213

ABRAFIN termina 2011 rumo a se consolidar, não apenas como uma entidade representativa dos festivais independentes brasileiros, mas numa grande REDE de festivais descentralizados e distribuídos por todo o país. Após ser uma das protagonistas de uma grande transformação na música brasileira quando, em 2005, juntou alguns dos principais produtores de festivais independentes do Brasil para propor uma união que mudaria o panorama do punk “do it yourself” para o “do it together”, fundamentada nos princípios de compromisso com a localidade, continuidade e troca de tecnologia, a entidade partiu de 16 festivais fundadores para 44 em 2010.

Em seis anos, a ABRAFIN conectou produtores, artistas, técnicos e comunicadores com Poder Público e empresas privadas, mostrando todo o potencial destes eventos como catalisadores de um novo cenário da música. Neste tempo muita coisa aconteceu e a entidade finalizou 2010 elegendo uma nova diretoria, que além da continuidade do trabalho desenvolvido desde sua fundação, trouxe a leitura deste novo momento histórico da música e da cultura brasileira.

É hora da Rede das Redes! No contexto da cultura digital e da multiplicidade orgânica dos agentes da cultura brasileira, a Associação Brasileira de Festivais Independentes deve se entender como uma entidade que radicaliza a gestão horizontal e a democratização das plataformas onde a experiência e força de um, só cresce a partir da conectividade intensa com novos agentes, prontos para multiplicar e arregaçar as mangas pelo acesso livre e pleno a essa produção. Durante estes anos a gestão centralizada em uma diretoria funcionou e trouxe grandes ganhos para a Associação, entretanto dentro da lógica da rede, a entidade precisa ser descentralizada e ser de todos para todos e diversos modelos estarão em contínuo contato e troca.

Aí chega a ABRAFIN 2.0, pronta para ser a Rede Brasileira de Festivais Independentes. Mais do que um simples termo, a Rede vem extremar sua transparência e permeabilidade. Surge para 2012 um novo organograma, onde são criados os Circuitos Regionais e os Circuitos Estaduais de Festivais, prontos para receber uma demanda estimulada pela própria ação da entidade, que multiplicou o número de festivais existentes de uma forma quase incontrolável. Na visão da gestão e da maioria dos festivais filiados, qualquer ação de fechamento da entidade para novos festivais vai contra seus princípios porque, mais do que aberta para novos, ela estará cada vez mais atuante na multiplicação de festivais por todo País.

Em meio ao caos dessas transformações que o digital propõe, alguns conseguem entrar na velocidade desta grande fibra ótica de informação e conhecimento e se potencializar; mas alguns precisam parar para respirar e se reencontrar.

A clareza sobre seu trabalho e o lugar que cada um quer estar neste momento são fundamentais para que as decisões sejam tomadas e as redes constituídas. Sendo assim, após a saída de 13 festivais da entidade durante a sua reunião anual em 2011, a entidade recebeu pedido de filiação de 38 novos festivais em reunião pública no Paço das Artes da USP. Dos estilos mais diversos, das mais diferentes idades, e dos mais improváveis rincões do país, estes festivais representam o resultado de um trabalho que está só começando, e que tem um grande horizonte pela frente.

A ABRAFIN abre 2012 olhando para este horizonte, e buscando, através de eixos prioritários, encarar os desafios de fazer música no século XXI:

1) Descentralização dos processos de Gestão / Estruturação dos Circuitos Regionais de Festivais.

Serão criados núcleos regionais de gestão, responsáveis pelo desenvolvimento e execução de todo o planejamento estratégico da entidade naquela região, com base no diálogo estabelecido com os demais núcleos regionais. O objetivo principal deste núcleo será a constituição e a qualificação de um circuito regional forte e potencializado pela capacidade de troca entre todos os festivais. Em 2012, serão realizados encontros regionais de festivais independentes para

que possamos desenvolver esta plataforma dos Circuitos Regionais.

Os Circuitos Regionais serão os primeiros pontos de conexão entre os novos festivais e a entidade; a partir desta conexão, o festival passará a ter um acompanhamento qualificado até chegar a sua 3a. edição, quando passa a fazer parte definitivamente do Colegiado Nacional de Festivais. Numa sociedade em rede, não faz sentido a lógica do mercado, que pauta apenas a sobrevivência dos mais fortes. Se o principal objetivo da entidade é desenvolver o cenário de festivais independentes no Brasil, temos que pensar que hoje temos condições de identificar os novos empreendimentos com muita rapidez, e a partir daí, fazer um acompanhamento que garanta a qualificação daquele festival.

2) Capacitação e Qualificação do Mercado Musical

Está claro que avançamos bastante nos últimos anos, mas que muita coisa ainda precisa melhorar e,, para isso a ABRAFIN passa a ter um programa sistêmico de qualificação e capacitação do setor musical local, a partir dos festivais independentes.

De um lado, precisamos pensar na qualificação dos seminários e espaços de debate, e vamos criar um sistema de circulação de agentes culturais (artistas, produtores, gestores públicos, jornalistas e intelectuais) que, além de ser os responsáveis pela circulação de conhecimento pelos festivais, formarão um CONSELHO CONSULTIVO da entidade, avaliando os festivais visitados e apresentando propostas para a melhoria dos mesmos.

Além disso, um cardápio de oficinas e workshops será oferecido aos festivais, para atender demandas de formação técnica por todo o país, a partir de um programa de formação continuada pelos festivais.

3) Programa de Intercâmbio Cultural

América Latina - Em parceria com a ADIMI (Associação para o Desenvolvimento da Industria da Música na Ibero-América) vai desenvolver um projeto de circulação internacional de artistas latino americanos pelos festivais brasileiros. Este programa contará com a coordenação de Octavio Arbelaez (Colombia- ADIMI), Benjamin Taukmin (Brasil- ADIMI), Sylvie Duran (Costa Rica-ADIMI) Fabricio Nobre (Brasil-ABRAFIN) e Talles Lopes (Brasil-ABRAFIN). A idéia é selecionar artistas que tenham projetos musicais representativos da cultura do seu país, para a partir disso potencializarmos as trocas culturais com o Brasil.

Além disso, a partir desta parceria institucional, a ABRAFIN vai fazer em 2012 um mapeamento dos festivais latino americanos, em parceria com a ADIMI, buscando ampliar as redes e circuitos regionais na América Latina, e ampliar desta forma a circulação musical independente por todo o continente. A ADIMI conta hoje com representantes de 15 países latinos americanos, mais Portugal e Espanha.

Estes 3 pontos são os eixos prioritários da entidade para 2012, e a partir dele, daremos seqüência ao trabalho de articulação e organização dos festivais brasileiros. Temos uma agenda política em andamento, e que precisa ser atualizada sempre; temos as diversas interfaces institucionais e mercadológicas que precisam ser exploradas, mas mais do que isso, temos uma nova cultura de colaboração e articulação em rede a ser posicionada e apontada como presente, e não apenas um futuro desejável.

Este é nosso horizonte, um horizonte palpável e compartilhado, com todos os festivais relacionados a seguir, e que formam o calendário 2012 da ABRAFIN, a rede Brasileira de Festivais Independentes. Para quem quiser se juntar a este rede, ela está aberta, e basta acessar o formulário:

https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?hl=en_US&formkey=dHFjbE9MbVJmY2JHUU8zRlcyenNtWWc6MQ#gid=0

CALENDÁRIO ABRAFIN 2012

Janeiro

Circuito Sertão é Mais Rock Região do Sertão PB
<http://cajarockfm.blogspot.com/2010/10/circuito-sertao-e-mais-rock-2011-acrs.html>

Goyaz Festival Goiânia GO <http://www.goyazfestival.com.br/>

ABC do Som São Caetano SP <http://tnb.art.br/oportunidades/festival-abc-do-som/>

Fevereiro

Encontro da Nova Consciência - Campina Grande PB - <http://novaconsciencia.multiply.com/>

Março

Grito Rock - BR - <http://gritorock.com.br/>

Abril

ABC pro HC - São Bernardo SP - www.abcprohc.com.br

Satolep Circus - Pelotas RS - www.satolepcircus.blogspot.com

Maio

Bananada - Goiânia GO - <http://www.myspace.com/bananada>

Martelada - Brasília DF - <http://tnb.art.br/oportunidades/festival-martelada-2011/>

Maionese - Maceió AL - www.popfuzz.com.br/headline/festival-maionese-2011/

GAIA - Araraquara SP - <http://www.festivalgaia.com.br/>

Rock Sertão - Nossa Senhora da Glória - SE

Junho

Festival Fora do Eixo - Goiânia/BH/RJ/SP - <http://festivalforadoeixo.wordpress.com/>

Festival Canja de Artes Integradas - Bauru SP - <http://www.festivalcanja.com/>

Julho

Festival Brejo - Piracanjuba GO - <http://tnb.art.br/oportunidades/brejo-festival-2011/>

Cajá Rock - Cajazeiras PB

Festival Caipiro Rock - Serrana SP - <http://tnb.art.br/oportunidades/festival-caipiro-rock-2011/>

Brejo - Piracanjuba GO - <http://tnb.art.br/oportunidades/brejo-festival-2011/>

Festival Gramophone - Sete Lagoas MG - <http://festivalgramophone.blogspot.com/>

Escambo - Sabará MG - <http://escambo.forceps.com.br/>

Forcaos - Fortaleza CE - <http://www.dragaodomar.org.br/materias.php?pg=forcaos>

Agosto

Paris em Concerto Paraibuna SP

Festival Megafônica Belém PA - <http://tnb.art.br/oportunidades/festival-megafonica/>

Alambique do Som Barbacena MG - <http://alambiquedosomal.wordpress.com/>

Encontro Novas Tendências - Uberaba MG - <http://circuitomineiro.org/5%C2%BA-encontro-novas-tendencias-vem-ai/>

Musical Mente Plural Niterói RJ - <http://musicalmentemplural.blogspot.com/>

Feira da Música do Nordeste Fortaleza CE - <http://www.feiradamusica.com.br/>

Pá na Pedra - Ribeirão das Neves MG - <http://panapedra.wordpress.com/>

Gaia - Araraquara SP - <http://www.festivalgaia.com.br/>

Setembro

CONTATO - São Carlos SP - <http://www.contato.ufscar.br/>

Vaca Amarela - Goiânia GO - <http://festivalvacaamarela.com.br/>

Transborda - Belo Horizonte MG - <http://circuitomineiro.org/tag/festival-transborda/>

Festival Balido - Ipatinga MG - <http://circuitomineiro.org/tag/festival-balido/>

Varadouro - Rio Branco AC - <http://www.festivalvaradouro.art.br/>

AR Festival - Itabirito MG

TomaRRock - Boa Vista RR - <http://tnb.art.br/oportunidades/festival-tomarrock-2011/>

Festival Até o Tucupi - Manaus AM - <http://festivalateotucupi.blogspot.com/>

Esquina Instrumental - Brasília DF - <http://coletivoesquina.com/2010/09/07/1%C2%BA-festival-esquina-instrumental-confira-a-programacao/>

Festival Goma - Uberlândia MG - <http://festivalgoma.org/>

Festival Sem Paredes - Juiz de Fora MG - <http://festivalsemparedes.wordpress.com/>

Marreco - Patos de Minas MG - <http://circuitomineiro.org/tag/festival-marreco/>

Outubro

Festival Suíça Bahiana - Vitória da Conquista BA - <http://festivalsuicabahiana.blogspot.com/>

UFSCTOCK - Florianópolis SC - <http://ufsctock.com/muitamistura/>

Morrostock - Sapiiranga RS - <http://morrostock.blogspot.com/>

Festival Timbrada - São José do Rio Preto - <http://www.wix.com/timbrecoletivo/festivaltimbrada#!o-festival>

Piqui Atômico - Catalão GO - <http://piquiatomico.com.br/>

Festival Bigbands - Salvador BA - <http://festivalbigbands.blogspot.com/>

Cardápio Underground - Bragança Paulista SP - <http://tnb.art.br/oportunidades/8%C2%B0-ardapio-underground/>

Festival Fagulha - Ribeirão Preto SP - <http://coletivofulgim.com.br/>

Festival Siriema - Catalão GO - <https://sites.google.com/site/festivalsiriema/>

Novembro

Se Rasgum - Bélem - PA www.serasgum.com.br

DoSol - Natal RN - www.dosol.com.br

Ponto.CE Fortaleza CE - <http://pontoce.com.br/>

MixMusic - São Paulo SP - <http://www.mixmusic.com.br/>

#VaiSuldeMinas Poços de Caldas MG - <http://www.correntecultural.com/vaisuldeminas/>

Feira Noise Festival Feira de Santana BA - <http://feiranoisefestival.com.br/blog/>

7ª Release Alternativo Goiânia GO <http://www.fabricacoletiva.com/fosforo-cultural/>

Monsters of Roça - Paraibuna SP - <http://www.monstersofrocaparaibuna.blogspot.com/>

Macondo Circus Santa Maria RS <http://www.macondocircus.com/edicao/2011/>

Manifestasol - Caxias do Sul RS - <http://manifestasol.wordpress.com/>

FUMU - Sorocaba SP - <http://tnb.art.br/oportunidades/fumu-festival-ufscar-de-musica/>

Festival Gemada - Barretos SP - <https://gemagenerica.wordpress.com/eventos/>

Moassa Rock Festival - Esteio RS - www.moassarock.blogspot.com

Festival Cardume de Artes Integradas - Santa Luzia MG - www.namarracoletivo.blogspot.com

Fogo no Cerrado - Campo Grande-MS <http://pt-br.facebook.com/fogonocerrado>

Dezembro

Goiaba Rock Festival Inhumas GO - <http://www.tudoin.com.br/noticias/noticia.php?id=247>

La Onda Vespasiano MG <http://laondafestival.blogspot.com/>

Mundo João Pessoa PB - <http://www.festivalmundo.com.br/>

Aberto de Surf de Campina Grande Campina Grande PB -
<http://abertodesurfdecampinagrande.wordpress.com/>

Festival Quebramar - Macapá AP - <http://festivalquebramar.com/>

Dezembro Independente - Suzano SP - <http://dezindie.com.br/>

Formulário de adesão de novos festivais à ABRAFIN

ANEXO 04



'Programação':

15/10 na Concha Acústica
 Cérebro Eletrônico (SP)
 Babi Jaques e os Sicilianos (PE)
 Bernardo Pelegrini e o Bando do cão sem dono

15/10 no Coletivo Alona, 00h
 Pata de Elefante (RS)
 Bufalos D'agua
 Camarones Orquestra (RN)

16/10 no Coletivo Alona, 00h
 Sick Sick Sinners (PR)
 Vento 147 (BA)
 The Silver Shine (Hungria)

17/10 no Coletivo Alona, 19h
 Sugar Kane (PR)
 Test Drive
 Brazilians Cajuns Southern Rebels

18/10 workshops na Sonkey com Marco
 Tureta e Ebinho Cardoso
 20/10 no Hotel Sumatra, 21h
 Mombojo (PE)
 Mitch & Mitch (Polônia)

21/10 IV Simpósio de Música Independente
 na Uel

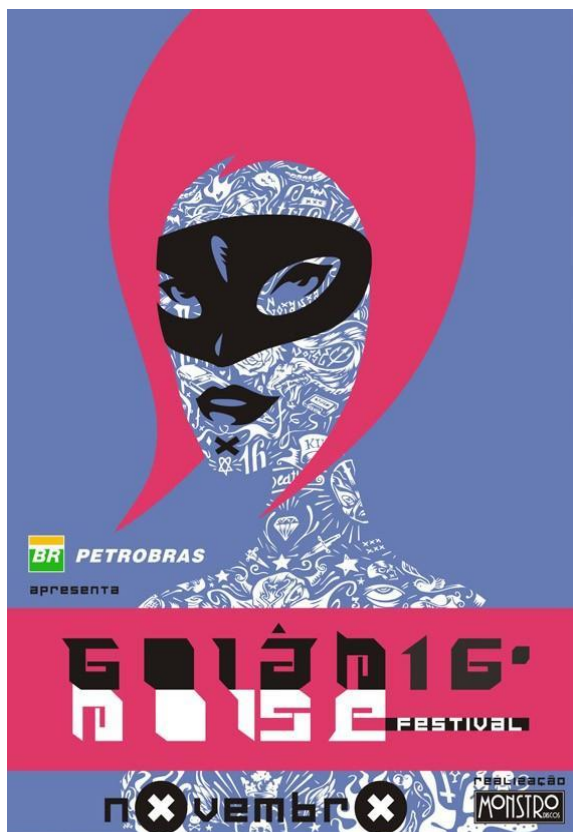
22/10 no Grêmio, 21h
 Tom Zé (BA)
 Júpiter Maçã (RS)
 Soatá (DF)
 Nevilton (PR)

22/10 no palco da Sonkey
 Hocus Pocus
 The Brown Vampire Cats
 Mescalha

23/10 no Grêmio, 21h30
 Patu Fu (MG)
 Trilobit
 Grenade
 220 Ska Bar (SP)

23/10 no Palco da Sonkey, 22h
 Monkberry
 Locodillos
 The Name (SP)

ANEXO 05



Dia 13 / NOV (SÁBADO)

EVENTO: FESTIVAL RELEASE ALTERNATIVO
CURADORIA: FÓSFORO CULTURAL

Local: Centro Cultural Martim Cererê

Teatro Pyguá (Shows)

01h15 – Some Community (SP)
00h30 – Proyecto Finlândia (Argentina)
23h45 – Travelers Inn (GO)
23h00 – Homemade Blockbuster (PR)
22h15 – Enema Noise (DF)
21h30 – Oye! (GO)
21h00 – banda selecionada via Toque No Brasil
20h15 – Lust For Sexxx (GO)

Teatro Yguá (DJ Sets)

01h00 – Bo\$\$ In Drama (SP)
00h15 – The Nu-Ravers (GO)
23h30 – Hick e Yan – Fiesta Intruders (MG)
22h45 – Mangaa e Davi Sabbag (GO)
22h00 – Marcelle Vaz (GO)
21h15 – Carol Maia (GO)
20h30 – DJ Set selecionado via Toque No Brasil
20h00 – Neto Manic (GO)

Dia 14 / NOV (DOMINGO)

EVENTO: FESTIVAL PÉ RACHADO
CURADORIA: CUFA GOIÁS

Local: Centro Cultural Martim Cererê

Teatro Pyguá

00h00 – Nega Gizza (RJ)
22h45 – Ivo Mamona (GO)
21h30 – V Coletivo: Dyskreto, Gigante, Eko, Boneko, Flow, Testa (GO)
20h30 – Marcelo de Boa – Reverso da Moeda (GO)
19h30 – Rapper selecionado via Toque No Brasil
16h00 – RPB Goiás / DJ Daniel de Melo (GO)

Teatro Yguá

23h15 – Criolo Doido (SP)
22h00 – Tribo da Periferia (DF)
21h00 – Arcanjo Ras (SP)
20h00 – Bonde do China (GO)
19h00 – Rapper selecionado via Toque No Brasil

Dia 15 / NOV (SEGUNDA-FEIRA)

EVENTO: NOITE GOYAZ FESTIVAL

CURADORIA: STUDIO K

Local: Centro Cultural Martim Cererê

Teatro Pyguá

23h00 – Galinha Caipira Completa (DF)
21h30 – artista selecionado via Toque No Brasil

Teatro Yguá

22h15 – Marcelo Maia (GO)
20h45 – Orquestra de Câmara Goyazes (GO)

Dia 16 / NOV (TERÇA-FEIRA)

EVENTO: MUSICA NO CAMPUS
CURADORIA: PRO REITORIA DE CULTURA DA UFG

Local: Centro de Cultura e Eventos da Universidade Federal de Goiás

20h00 – Leila Pinheiro (PA) + Banda Pequi (GO)

Dia 17 / NOV (QUARTA-FEIRA)

EVENTO: NOITE COMPACTO PETROBRAS

Teatro Pyguá

01h00 – Macaco Bong (MT) e convidados: Vitor Araújo (PE) + naípe de metais dos Móveis Colinais de Acaju (DF) + Jack – Porcas Borboletas (MG)
23h00 – Superguidis (RS) + Felipe Seabra – Plebe Rude (DF)

Teatro Yguá
00h00 – Lucy and The Popsonics (DF) + John Ulhoa – Pato Fu (MG)
22h00 – Gloom (GO) + Diego de Moraes e O Sindicato (GO)

Dia 18 / NOV (QUINTA-FEIRA)
EVENTO: UNCONVENTION FACTORY BRASIL

Local: Centro Cultural Martim Cererê

01h00 - Violins (GO)
00h20 - Mugo (GO)
23h40 - Johnny Suxxx and The Fucking Boys (GO)
23h00 - Hellbenders (GO)
22h20 - Dyskreto (GO)
21h40 - Space Monkeys (GO)
21h00 - Hot & Hard Co. (GO)

Dia 19 / NOV (SEXTA FEIRA)
EVENTO: XVI GOIÂNIA NOISE FESTIVAL

Local: Centro Cultural Martim Cererê

Teatro Pyguá
02h00 – Krisiun (RS)
00h30 – Black Drawing Chalks (GO)
23h30 – Walverdes (RS)
22h30 – Volantes (SP)
21h30 – Spiritual Carnage (GO)
20h30 – Fígado Killer (GO)
19h30 – Trivoltz (GO)

Teatro Yguá
01h10 – Otto (PE)
00h00 – Nina Becker (RJ)
23h00 – Viv Albertine – ex The Slits (Reino Unido)
22h00 – El Mató A Un Policia Motorizado (Argentina)
21h00 – Bang Bang Babies (GO)
20h00 – Banda selecionada pelo Toque No Brasil

19h00 – Folk Heart (GO)

Dia 20 / NOV (SÁBADO)
EVENTO: XVI GOIÂNIA NOISE FESTIVAL

Local: Centro Cultural Martim Cererê

Teatro Pyguá
02h00 – Musica Diablo (SP)
00h30 – Cólera (SP)
23h30 – 3 Hombres (SP)
22h30 – Vespas Mandarininas (SP)
21h30 – Bandanos (SP)
20h30 – Cuatro Invitados (Argentina)
19h30 – Ímpeto (GO)

Teatro Yguá
01h10 – The Mummies (EUA)
00h00 – Mechanics (GO)
23h00 – Do Amor (RJ)
22h00 – Ecos Falsos (SP)
21h00 – Dizzy Queen (ES)
20h00 – Banda selecionada pelo Toque No Brasil
19h00 – Posthuman Tantra (GO)

Dia 21 / NOV (DOMINGO)
EVENTO: XVI GOIÂNIA NOISE FESTIVAL

Local: Ambiente Skate Shop

19h00 – Galinha Preta (DF)
18h15 – WxCxM (GO)
17h30 – Ultravespa (GO)
16h45 – Radiocarbono (GO)
16h00 – Black Queen (GO)

Ingressos:
Dia 13: R\$ 10,00 com carteira de estudante ou 1 Kg. de alimento não perecível.
Dia 14: R\$ 10,00 (meia c/kilo de alimento)
Dia 15: entrada franca
Dia 16: R\$ 10,00 (c/ um kilo de alimento)
Dia 17: entrada franca
Dia 18: entrada franca
Dias: 19 e 20 - R\$ 20,00 (Meia Entrada)
Dia 21: entrada franca

ANEXO 06



4º Grito Rock ABC

Dias 25, 26 e 27
sexta e sábado, a partir das 21h
domingo, 16h

Sexta, dia 25

Couro Cabeludo (21h)
Cobra (21h45)
Divã Moderno (23h15)
A Somma (00h00)
Parachamas (00h45)

Sábado, dia 26

Pastor Hottwailer (21h)
Projeto Trator (21h45)
Lookin For Jane (22h30)
The Mercy Beggar's (23h15)
Cleaners (00h00)
T12R (00h45)
Voiced (01h30)
Velttinz (02h15)

Domingo, dia 27

The Crushers (16h00)
Pés Sujus (16h45)
88 Não (17h30)*
Plebeus Urbanos (18h15)
Histeria 66 (19h00)
Invasores de Cérebros (20h15)
Cidadão do Mundo Arte e Cultura
Rua Rio Grande do Sul, 73, atrás da lojinha do seu Michel
São Caetano do Sul – SP
(11) 2311 3868
www.cidadaodomundoarteecultura.blogspot.com