



## **Em cima dos palcos e com a força da tecnologia:**

### **Festival Se Rasgum, música na contemporaneidade e a alternativa independente <sup>1</sup>**

Enderson Oliveira <sup>2</sup>

Mauro MAIA <sup>3</sup>

Universidade da Amazônia, Belém, PA

#### **Resumo**

Neste artigo busca-se compreender a importância dos festivais para o atual cenário da chamada “música independente” no Brasil. Tendo por base a quarta edição do festival Se Rasgum, realizado em Belém do Pará em 2009, discute-se as características e nuances próprias destes eventos, que corroboram para a (re)organização da indústria fonográfica nacional e o estabelecimento de uma nova “geografia musical” no país. Analisa-se ainda o atual crescimento e fortalecimento de bandas “independentes”, paralelamente ao desenvolvimento/criação de novos meios de difusão e recepção musical que, por sua vez, podem provocar novas discussões acerca da performance musical na contemporaneidade.

**Palavras-chave:** Festivais; Música independente; Se Rasgum; “Geografia musical”; Contemporaneidade.

#### **01. Apresentação**

Décadas de 60 e 70. Centenas de pessoas participam dos festivais de música promovidos pelas redes de televisão Tupi, Excelsior e Record. Milhares assistem pela TV. Década de 2000. Milhares de pessoas lotam festivais em todo o Brasil, principalmente em cidades que não possuem tanta visibilidade junto à grande mídia.

A chamada “era dos festivais”, dizem alguns, está de volta – ou está a toda, uma vez que nunca houve registro de tantos festivais no país. No entanto, não se deve confundir estes novos eventos com os da época em que Chico Buarque ainda nem imaginava o sucesso que alcançaria e que um dia – já aclamado nacionalmente – tornaria-se um “artista independente”<sup>4</sup>: os festivais da contemporaneidade possuem nuances e particularidades próprias. Mais ainda: possuem até mesmo uma denominação “majoritária”, sendo (re)conhecidos em geral como

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática IJ 08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Intercom Norte 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade da Amazônia – Unama, onde é bolsista no Programa de Iniciação Científica com o projeto “Novos *media*, lugares e *ciberespaços*: O *rock* paraense e as novas formas de recepção e consumo de música em Belém do Pará”, sob orientação do Prof. Ms. Mauro Celso Feitosa Maia. E-mail: [enderson\\_oliveira@ymail.com](mailto:enderson_oliveira@ymail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor da Universidade da Amazônia – Unama. Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Pará – UFPA. E-mail: [mcfeitosamaia@gmail.com](mailto:mcfeitosamaia@gmail.com).

<sup>4</sup> Atualmente, Chico Buarque integra o elenco de grandes artistas que “migraram” para gravadoras independentes. Sua atual gravadora é a Biscoito Fino, especializada em álbuns de MPB, pertencente à cantora e compositora Olívia Hime e a empresária Kati Almeida Braga.



“festivais de música independente”, além de uma entidade responsável por sua organização (a Abrafin<sup>5</sup>).

Um destes “novos” festivais, maior da região Norte e considerado um dos mais expressivos do país é o Festival Se Rasgum, que em 2009 teve sua quarta edição realizada nos dias 13, 14 e 15 de novembro, em Belém do Pará.

Neste breve artigo busca-se analisar e compreender algumas particularidades do Se Rasgum, bem como sua importância (e de outros festivais “independentes”) para o atual momento do mercado fonográfico nacional, sem desconsiderar o panorama sociocultural “glocal” em que estão inseridos. Distanciando-se de uma visão mais “apocalíptica”, leva-se em conta a importância de tais *shows* coletivos para a (re)constituição de uma indústria/mercado fonográfico ativo, forte e mesmo rentável, ainda que cada vez mais disperso, fragmentado e dependente de novas alternativas encontradas por bandas que constituem o “cenário independente” de música.

## **02. Um novo palco montado – ou o que é a “tal” cena musical independente**

Difícil analisar os atuais festivais de música sem levar em conta o contexto histórico-cultural de que fazem parte e o atual cenário fonográfico global e nacional. Tendo isto em mente, torna-se necessário fazer breves considerações acerca da produção musical independente<sup>6</sup> no país que – é importante deixar claro desde já – não é tão recente quanto possa parecer. Ainda assim, não há um “marco fundador” desta “independência” musical reconhecido por todos os pesquisadores: uns citam o LP “Paêbirú”, de Lula Cortes e Zé Ramalho, de 1972, gravado pela gravadora pernambucana Rozemblit e lançado pela Abrakadabra Produções Artísticas; outros, como José Ramos Tinhorão, citam os selos criados por Severio Leonetti e João Gonzaga ainda na década de 1910 (VICENTE, 2006: p.03). A maioria, no entanto, considera como marco inicial para a música independente o disco “Feito em Casa”, de 1977, do pianista e arranjador Antonio Adolfo, uma vez que foi a partir de seu lançamento que pela primeira vez desenvolveu-se uma discussão em torno da “independência” na produção musical nacional (VICENTE, 2006: pp.04-06). Discussões “cronológicas” à

---

<sup>5</sup> Associação Brasileira de Festivais Independentes, cujo site é <http://www.abrafin.org/>.

<sup>6</sup> Devido o crescimento da “cena musical independente”, seja em escala global ou regional, (s)urge a necessidade de se rever alguns posicionamentos, alguns conceitos, como a própria expressão “independente”: tal termo, por exemplo, pode fazer referência tanto a um “músico que produziu seu CD num *home studio*, quanto referir-se a empresas como a Trama e Biscoito Fino, criadas a partir de investimentos de milhões de reais” (VICENTE, 2006: p.17). Simplificando estas reflexões, ao se utilizar o termo “independente” neste artigo se está fazendo referência a intérpretes, grupos musicais e mesmo gravadoras que não pertençam a grandes gravadoras ou grandes conglomerados ligados às comunicações e à música.



parte, há que se reconhecer que atualmente a produção independente é uma realidade, com características e paradigmas até certo ponto bem (de)marcados.

Possuindo características simples até a década de 1980<sup>7</sup>, a produção independente ganhou contornos bem mais complexos e discussões acerca de sua estrutura no período contemporâneo, especialmente a partir da década de 1990, devido o célere desenvolvimento e utilização de novas tecnologias eletrônico-digitais que, além de reestruturar seus espaços tradicionais, altera ainda a recepção e o consumo de música por parte dos espectadores (VARGAS, 2009: p.182). Analisando o impacto destas mudanças, passou-se a falar em “crise” da indústria fonográfica, do mercado e mesmo da música<sup>8</sup>.

Ainda que se reconheça a relevância dos argumentos dos que utilizam o termo “crise” para designar o atual estágio da indústria fonográfica, neste artigo privilegia-se o termo “reorganização” (DE MARCHI, 2006: p.167) ou mesmo “readaptação” da indústria fonográfica, uma vez que se crê que, ao se falar em “crise” se está fazendo referência, na verdade, a uma “crise do *mainstream*” da indústria (que durante longo tempo possuiu o domínio da produção, divulgação e controle dos produtos musicais) e não a toda a indústria da música em si. Esta “reorganização” – que ainda está em curso –, por conseguinte, trouxe grandes mudanças, como, por exemplo, a expansão e “profissionalização” da música independente, tanto em escala global quanto nacional.

Neste novo horizonte, então, tornam-se característicos da cena independente a aposta (reconhecimento?) no investimento em novas formas e tecnologias de comércio de gravações sonoras (DE MARCHI, 2006: p.178), consumo de música sem seu “suporte material” (JANOTTI JR., 2006: p.173; VICENTE, 2009: p.158), divulgadas principalmente através da *internet* e – em geral – com grande qualidade técnica de suas produções, devido principalmente a existência de uma infra-estrutura própria<sup>9</sup>. Com esta “profissionalização” (VICENTE, 2006: p.09), os músicos evitam a dependência de grandes contratos com as

---

<sup>7</sup> A “cena musical independente” caracterizava-se por ser um espaço de resistência cultural e política à nova organização da indústria, cada vez mais sujeita ao capital externo. Era tida também como única via de acesso ao mercado para um variado grupo de artistas, possuindo o papel de “formar” novos artistas para o mercado e para as grandes gravadoras (VICENTE, 2006: p.04).

<sup>8</sup> A “crise” a que muitos autores se referem teria como “marcas” principais a queda/ substituição da compra de discos com o surgimento de novos hábitos de consumo de música (como “baixar” músicas pelo computador ou telefone celular), a compra de distintos produtos que se relacionam à indústria de gravações sonoras (DE MARCHI, 2006: pp.168-173) e o crescimento do comércio informal e da pirataria, acarretando a diminuição do mercado formal, déficits das grandes gravadoras e “revisão” acerca dos direitos sobre a propriedade intelectual das obras (DE MARCHI, 2006: pp.172-173). Sobre esta complexa discussão, ver HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2005; VICENTE, 2006 e DE MARCHI, 2006.

<sup>9</sup> Resultado também da política de cortes de intérpretes e equipes inteiras de trabalhadores de grandes gravadoras, que “fez com que muitos artistas reconhecidos e profissionais gabaritados migrassem para (ou criassem) novas empresas independentes” (DE MARCHI, 2006: p.176).



gravadoras *majors*<sup>10</sup>, o que possibilita, por conseguinte, maior autonomia na produção musical e mesmo um melhor retorno financeiro, além de permitir maior diversidade estética e cultural das canções apresentadas ao público.

Assim, longe de ser “maléfica” à indústria e mercado fonográfico ou muito menos determinante para o surgimento de alguma crise, a produção independente pode ser encarada atualmente como talvez a maior fonte de fomento e incentivo desta mesma indústria e mercado. Inserida em uma nova lógica industrial, pode-se afirmar que se estabelece de forma “concreta” em seus aspectos mercadológicos, ideológicos e socioculturais através dos festivais.

### **03. Senhoras e senhores, com vocês a “nova era” dos festivais...**

Já consolidados na cena musical nacional, os atuais festivais de música “independente” não surgiram nesta década. Considera-se como precursor deste novo momento o pernambucano “Abril pro Rock” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2006: pp.172-173; FLÁVIO JR., 2009: p.44), que teve sua primeira edição realizada em 1993 e apresentou ao país Chico Science & Nação Zumbi. Como se pode notar, já era um bom alvitre e um aperitivo do que estes eventos poderiam reunir e apresentar/ representar ao cenário musical nacional.

Ao contrário dos festivais de música realizados principalmente nas décadas de 60 e 70, os atuais festivais de música “independente” não são administrados e promovidos por grandes empresas de comunicação, como as redes de televisão. 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).

O que à primeira vista poderia parecer motivo para a constituição de algo aleatório, desorganizado e disforme, rapidamente é revisto caso se leve em conta a série de “princípios” que norteiam a organização e a divulgação dos eventos. Muitas destas “normas” são determinadas pela Abrafín (Associação Brasileira de Festivais Independentes)<sup>11</sup>, entidade criada em 2005 e que, segundo seu próprio *site*, surgiu com o objetivo de “reunir, organizar e potencializar o circuito de festivais de música independente, em franca ascensão no Brasil, promovendo a troca de *know-how* entre produtores associados, grupos, produtoras e coletivos

---

<sup>10</sup> Denominação estadunidense que refere-se às gravadoras e produtores de atuação global e/ou ligadas aos grandes conglomerados de comunicação que, a partir de estratégias industriais massivas, dominam a maioria da produção musical mundial

<sup>11</sup> Disponível no *site* da associação, o estatuto da Abrafín apresenta, dentre outras normas, os requisitos básicos para a admissão de associados, como, por exemplo, a obrigatoriedade de o festival possuir no mínimo 75% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas brasileiros e no mínimo 25% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas do Estado onde o mesmo é realizado.



responsáveis pela realização dos festivais”. Ainda segundo o *site* da Abrafin, festivais independentes são produções geridas por entes do segundo e terceiro setor e não por entes governamentais de quaisquer níveis (federais, estaduais ou municipais) ou ainda por quaisquer de suas secretarias.

Em geral, os atuais festivais contam com o apoio e patrocínio de empresas ligadas de telefonia celular, vestuário, marcas de cerveja e mesmo leis de incentivo à cultura. Outra característica destes novos festivais é que, antes ligados diretamente à televisão, atualmente a TV é um dos últimos veículos para sua divulgação<sup>12</sup>. A preferência é por meios mais “alternativos”, como a *internet*, que corroboram para o crescimento e fortalecimentos destes *shows* coletivos. O crescimento hoje é tal que, segundo a Abrafin, há atualmente 32 eventos do gênero, realizados em várias cidades brasileiras e que reúnem cerca 300 mil pessoas ao ano. Mais que isto: nestes festivais circulam mais de 600 bandas nacionais e internacionais, movimentando uma quantia superior a cinco milhões de reais ao ano, além de gerar pelo menos três mil empregos fixos e temporários.

Assim, não só devido à organização, mas também à nova conjuntura e (re)organização do mercado fonográfico nacional e global, os festivais podem ser considerados a principal fonte de estímulo à música independente brasileira. Um dos mais importantes do país, o paraense Se Rasgum, não fica de fora deste quadro.

#### **04. “Nos agradaria ouvir música estes três dias”: Festival Se Rasgum, cultura glocal e contemporaneidade.**

Considerado um dos cinco mais importante do Brasil, segundo a revista Bravo!, edição de maio de 2009, o Festival Se Rasgum é praticamente um novato no circuito cultural independente. Com apenas quatro edições realizadas, atingiu rápido destaque devido a elementos culturais próprios e particularidades interessantes, passíveis de análises e comentários, que serão feitas a seguir neste artigo.

Levando em conta um panorama bem mais amplo (o do atual “circuito” de festivais que ajudam a divulgar e consolidar a música nacional independente), analisa-se o Se Rasgum a partir de dois eixos principais: “por trás das cortinas”, evidenciando aspectos não relacionados somente às apresentações, mas ao que envolve(u) antes e depois o festival (prévias dos shows, modos de divulgação, 1ª Semana de Profissionalização da Música Paraense, modos de atuação

---

<sup>12</sup> A exceção é a MTV, que apoia, divulga e apresenta programas especiais sobre alguns festivais que possuem maior destaque no cenário independente nacional. Exemplo disso foi o “Especial MTV Se Rasgum”, sobre a quarta edição do festival. Com direção de Nicolas Prado, o programa foi apresentado pela MTV Nacional no dia 30 de novembro de 2009.



dos grupos para a “afirmação” da carreira, fortemente ligada a novas tecnologias e ao atual estágio da indústria e mercado fonográficos etc.) e o “em cima dos palcos”, onde se evidencia aspectos relacionados aos três dias de apresentações das bandas, destacando a relação público-intérprete (que é justamente o que vai garantir o sucesso do espetáculo), o caráter global do festival e sua importância para uma rediscussão acerca da “geografia musical” nacional.

#### **04.1. Por trás das cortinas e à frente com as tecnologias: infraestrutura, divulgação e novas alternativas midiáticas no Se Rasgum 2009.**

A quarta edição do festival Se Rasgum foi realizada nos dias 13, 14 e 15 de novembro, no “African Bar”, casa de *shows* localizada no bairro do Reduto, em Belém, próximo a importantes “cartões postais” da capital paraense, como o complexo turístico Estação das Docas, o Complexo do Ver-o-Peso (considerada a maior feira livre da América Latina) e o centro comercial da cidade. No espaço foram montados dois palcos (um externo e outro interno), além de um palco “alternativo”, chamado “Espaço Laboratório”, onde se apresentaram principalmente DJs e bandas “iniciantes”.

Esta infraestrutura de médio porte, “setorizada” e funcional, além de possibilitar aos diversos públicos que compareceram ao local encontrar o que mais lhe interessa no evento, colabora também para uma relação público/artista mais próxima, mais interativa e passível de reconhecimento recíproco. Esta proximidade pode causar identificações por parte do público que, a partir de tal momento, pode interessar-se em consumir os produtos musicais (ou não musicais) das bandas<sup>13</sup>.

Em três dias de festival, mais de 30 bandas se apresentaram nos palcos principais, sendo 14 nacionais, 16 regionais e uma estrangeira, a uruguaia *Hablán por la espalda*. Por questões metodológicas, espaço e formato da publicação, refere-se mais “detalhadamente” a apenas dois grupos musicais, seja pelo seu caráter representativo seja por sua importância midiática no atual cenário da música independente nacional, evidenciando novos modos de relação com o público. Assim, merecem destaque a banda mineira Pato Fu, que encerrou a segunda noite de apresentações, e a banda paulista Velhas Virgens, última a se apresentar no festival. No *site* de ambas (assim como tantas outras), além da disponibilidade de músicas para audição, há também a possibilidade de *downloads* de canções e vídeos bem como “lojas

---

<sup>13</sup> Para Vargas, condicionar a música como produto para “divulgação” das bandas, desconsiderando sua “essência artística” é algo perigoso, apontando “para uma situação em que o registro fonográfico pode deixar de oferecer um retorno econômico direto, provocando a perda da centralidade do trabalho do intérprete” (2009: p. 162). A música, assim, tornaria-se meramente um instrumento para a divulgação da banda e dos shows que realiza (VARGAS: 2009, p. 162).



interativas”, onde não somente produtos musicais são oferecidos, mas também – principalmente? – não musicais.

No *site* do Pato Fu (<http://www.patofu.com.br/>), para se ter uma ideia, também são vendidas camisetas e um livro de contos e crônicas (“Nunca subestime uma mulherzinha”) da vocalista da banda, Fernanda Takai. No caso das Velhas Virgens, este novo modo de relação com o público vai além. Autodenominada “a maior banda independente do Brasil”, em seu *site* (<http://www.velhasvirgens.com.br/>) há, além dos já comuns *downloads* de músicas e agenda de shows, a venda de vários produtos com a marca da banda: camisetas, canecas, toalhas e até *lingeries* e cuecas. Há também a divulgação e venda das histórias em quadrinhos (HQs) da banda, elaboradas pelos próprios membros do grupo. A banda, que como várias outras aposta no humor nas canções (e nos produtos não musicais), no entanto, parece não estar para brincadeira, com o perdão para a inserção do clichê: consta ainda em seu *site* trechos do livro-guia “Independência ou morte”, de autoria de Alexandre Dias (guitarrista e *backing vocal* da banda), destinado a quem deseja montar uma estrutura musical independente.

Estas novas “alternativas midiáticas”, contudo, não são garantia de “sucesso” ou reconhecimento por parte do público. Há uma série de fatores e complexas relações que podem corroborar (ou não) para isto. Mais que fatores “puramente” tecnológicos, é necessário para estes artistas a apresentação em determinados espaços e eventos, como os festivais. Segundo Herschmann e Kischinhevsky,

A rede vem propiciando uma mobilidade inédita para trabalhos musicais, embora de forma pulverizada e caótica. Entretanto, para que uma determinada cena (Straw, 2004) - no caso regional - possa ganhar visibilidade, é preciso consolidar um “circuito cultural” (Du Gay, 1997; Du Gay e outros, 1997), envolvendo não só as novas técnicas de difusão, mas também um roteiro de apresentações em palcos de pequeno e médio porte, além de legitimar-se através da imprensa e do interesse público (Herschmann e Kischinhevsky, 2006). Os tradicionais meios de comunicação tem desempenhado importante papel na ratificação das inovações culturais, com suas reportagens muitas vezes reproduzidas nos sites dos artistas independentes, ao lado de botões para *download* de músicas e até discos inteiros disponibilizados na internet (2006: p.177).

A “rede” a que os autores se referem não deve ser compreendida somente como a *internet*, mas também uma série de novas ferramentas e possibilidades de difusão musical que existem atualmente. *Sites*, aparelhos, “formatos de música”: todos à disposição dos





consumidores<sup>14</sup> e que modificam formas e paradigmas de se fazer, receber e consumir a canção, uma vez que, dentre outras mudanças, estes novos meios corroboram para a agilidade e pulverização da informação<sup>15</sup> e maior interatividade entre “emissor-receptor”.

Aliado a isto, na contemporaneidade, o processo de “comoditização” também ganha destaque, uma vez que as empresas (de comunicação ou não) passam a oferecer produtos e serviços “inovadores” visando “a todo custo, seduzir e encantar consumidores, de modo a mobilizá-los” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2005: p. 04)<sup>16</sup>. Ora, isto se torna mais claro caso se leve em consideração o fato de constar no *site* do Se Rasgum (<http://www.serasgum.com.br/>), além das informações básicas sobre o evento (onde ocorreria, valor de ingressos, promoções etc.), a possibilidade de acesso aos *sites* de todas as bandas que se apresentariam nos três dias de *shows* através de um “menu interativo”. Deste modo, em uma mesma ferramenta, ratificava-se a “interatividade” característica do período contemporâneo bem como mais uma forma de divulgação das bandas que fizeram parte da programação, possibilitando a todos que iriam participar dos *shows* conhecer com antecedência cada grupo musical, as canções e mesmo se programar para os dias de apresentação.

O Se Rasgum, entretanto, assim como outros festivais, não se restringe aos dias de evento: sua quarta edição teve início bem antes, uma vez que houve prévias para selecionar bandas iniciantes (ou mesmo bandas já conhecidas no Pará, mas que não haviam participado de outras edições do Se Rasgum) para os dias de apresentação<sup>17</sup>. Além de servir como “teste de palco” para as bandas iniciantes, as seletivas terminavam por se constituir ao mesmo tempo em grandes *shows* independentes, principalmente por em geral haver a apresentação de alguma banda conhecida no cenário independente nacional. Assim, bandas como a pernambucana Mundo Livre S/A, os brasilienses do Móveis Coloniais de Acaju (considerada uma das principais revelações dos festivais independentes, segundo a revista Bravo!, edição nº 141) e a capixaba Mukeka di Rato atraíram bom público a casas de *shows* na cidade, assinalando deste modo uma estratégia mercadológica interessante, já que de uma só feita colaboravam na promoção do evento e (provavelmente) ajudavam a consolidar e/ou atrair mais público para o festival em si, ainda que nenhuma destas tenha se apresentado no Se Rasgum 2009.

---

<sup>14</sup> Não se pode deixar de lado o fato de que uma série de disparidades socioeconômicas podem dificultar ou mesmo impedir a participação e acesso de “todas” as pessoas aos meios tecnológicos, evidenciando a chamada “exclusão tecnológica”.

<sup>15</sup> Esta mesma “pulverização” possibilitada pelas tecnologias digitais também acarreta o barateamento da produção (cultural ou não) e, por conseguinte, colabora para viabilizar o surgimento de inúmeras cenas locais (VICENTE, 2009: p 155).

<sup>16</sup> A própria canção popular se apresentaria como *commodity*, devido seu caráter de “produto” dentro da lógica da indústria cultural (VARGAS, 2009: p.169).

<sup>17</sup> Diferentemente dos “antigos” festivais, que eram baseados em competições entre compositores e intérpretes, os festivais independentes visam essencialmente a apresentação das bandas. A exceção são justamente estas “seletivas”, onde se visa “descobrir” novos grupos para se apresentarem nos dias de festival.





Paralelamente ao IV Se Rasgum, houve a “1ª Semana de Profissionalização da Música Paraense”, também promovida pelos organizadores do festival paraense e que reuniu, em cinco dias, vários artistas, representantes governamentais, entidades e várias pessoas ligadas à música paraense para apresentar e debater, dentre outros temas, investimentos em projetos culturais, novas tecnologias sociais, direitos autorais, produção musical contemporânea, o atual estágio do mercado fonográfico e o “Programa Pará Pró Música”, que objetiva estabelecer novos rumos para a cadeia produtiva da música no Estado, visando maior profissionalização do setor.

Pelo exposto, portanto, pode-se notar que, no período contemporâneo, mais do que antes, um festival vai bem além das apresentações das bandas: para consolidar-se em um cenário cada vez mais amplo e complexo, torna-se cada vez mais imperioso conseguir alternativas não somente relativas à música em si. Apesar disso, deve-se reconhecer que o grande atrativo dos festivais são os grupos musicais, daí a necessidade de se atentar um pouco mais para a importância da performance nestes *shows* coletivos que, dentre outros aspectos, estabelece vínculos entre músico e ouvinte, envolvendo a tênue relação entre intérprete, personagem e pessoa pública (JANOTTI JR., 2006: p.140).

#### **04.2. Em cima do palco ou de frente para o ato: performance, público e consolidação do cenário independente.**

Como já foi dito, ainda que os atuais festivais – e, obviamente, o Se Rasgum –, possuam basicamente a mesma função dos festivais realizados principalmente nas décadas de 1960 e 1970, isto é, revelar novos talentos, várias diferenças podem ser listadas. Uma destas, já aqui comentada, seria a alteração nos principais locais em que estes shows são promovidos: antes quase restritos ao eixo “Rio–São Paulo”, na contemporaneidade as capitais da música independente são outras, como Belém, Recife, Goiânia, Palmas, Cuiabá e Rio Branco. Surge uma reorganização das fronteiras musicais, uma nova geografia da canção independente é estabelecida.

Os festivais realizados nestas cidades, entretanto, não seguem um mesmo modelo. Pelo contrário. Ainda que muitos desses festivais tenham nascido quase que totalmente dedicados ao rock<sup>18</sup> (FLÁVIO JR., 2009: p.45), há que se levar em conta que, na contemporaneidade, ganha destaque a interculturalidade, o chamado “hibridismo cultural” (CANCLINI, 2003:

---

<sup>18</sup> Em sua primeira edição, o Se Rasgum possuía o nome de “Se Rasgum no Rock”, sendo alterado a partir de sua segunda edição para apenas “Se Rasgum”. Apesar da força da música regional no festival, o *rock* ainda tem papel importante. Isto justifica o fato de o último dia do evento ser dedicado somente ao *rock*, em suas diversas “subdivisões” (*hard rock*, *punk*, *heavy metal* etc.).



p.19), onde fronteiras e processos culturais tornam-se cada vez mais “fluidos”, interrelacionando-se em cadeias cada vez mais “mistas” e interessantes. Não alheios a este(s) fenômenos(s), os produtores dos festivais apostam em bandas que possuem em suas canções misturas e combinações antes inimagináveis e hoje “comuns” e, principalmente, na miscelânea de ritmos e bandas de diversos gêneros musicais, como ocorreu no Se Rasgum de 2009: “maracatus atômicos” da Nação Zumbi, música *pop* do Pato Fu, *heavy metal* do *Stress*, *dub* e *reggae* com DigitalDubs Soundsystem, Ras Bernardo e B. Negão, guitarradas com Dj Dolores, Pio Lobato e Mestre Vieira, *funk* com Bonde do Rolê... Estas bandas e ritmos – e muitos outros... – compuseram o quadro musical do festival paraense.

Deve-se compreender também a presença desta miscelânea de grupos a partir de questões mercadológicas (uma vez que através de uma gama maior de bandas e estilos diferentes pode-se atingir um maior público e, conseqüentemente, um maior retorno financeiro) ou mesmo como representante de um processo mais amplo ligado ao (re)conhecimento de demais “gêneros” e “classes”, descrito por Harvey, citando Huyssens, quando afirma que a época contemporânea tem especial valor por

reconhecer as múltiplas formas de alteridade que emergem das diferenças de subjetividade, de gênero e sexualidade, de raça, de classe, de (configurações de sensibilidade) temporal e de localizações e deslocamentos geográficos espaciais e temporais. (HARVEY: 2003, p. 110).

De tal conjuntura socioeconômica e cultural resulta a rediscussão de fronteiras (não só espaciais, mas culturais) que possibilitam a determinadas realidades regionais ganhar mais espaço nos *media* – sejam “tradicionais” ou (principalmente) alternativos. Mais que isto: o “glocal” (ROBERTSON *apud* HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2006: p.195), em que se leva em conta o caráter global de certa obra, mesmo reconhecendo seu pertencimento a uma realidade local, torna-se mais comum, ajuda a fortalecer cenas regionais, contrariando previsões mais “apocalípticas”, que visualizariam uma “destruição” da cultura regional em detrimento da cultura global(izada). Destarte, deve-se considerar que há atualmente uma possibilidade jamais vista de o fluxo tecnológico provocar o reforço do regional no panorama global (JUNQUEIRA, 2006: 149). Há uma série de fatores e complexas relações que podem corroborar (ou não) para isto. Herschmann e Kischinhevsky afirmam que

Os artistas desta geração conectada à internet e às redes alternativas de difusão tem raízes sólidas nas culturas de onde provêm, mas ampliam e esgarçam fronteiras ao estabelecer vínculos diretos, por meio digital, com



públicos das mais diversas origens. Deste diálogo propiciado pela interatividade e pela maior circulação de trabalhos musicais, emergem novos conteúdos, que *atualizam* as marcas culturais dos regionalismos (2006: p. 176).

Deste modo, nos “novos festivais” são respeitadas as particularidades de cada região que promove determinado evento, aumentando assim a participação de bandas de gêneros não tão conhecidos ou mesmo “preteridos” pela mídia e pela crítica musical. No caso específico de Belém, ganha destaque no Se Rasgum a participação do carimbó (ritmo tradicional no Estado) e, principalmente, o tecnobrega (ritmo de caráter mais massivo, em geral associado à “periferia” da capital paraense). Deve-se levar em conta que,

apesar de parte destas expressões culturais não ser bem vista pela crítica ou por setores acadêmicos mais conservadores (condenadas em geral como estrangeirismo e/ou música de baixa qualidade), constituem manifestações de grande relevância sociocultural e de grande capacidade de mobilização do público, das mais diversas camadas da população (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2006: p.160).

Confirmando isto, segundo a crítica e opinião de várias pessoas que compareceram ao festival durante seus três dias, duas das principais apresentações – se não as principais – foram a de Aurino Gonçalves, o “Pinduca”, considerado o “rei do carimbó”, seguido da apresentação da cantora Gabi Amarantos, vocalista da banda Tecnoshow e um dos nomes mais conhecidos da música popular do Estado do Pará.<sup>19</sup>

Grande parte do reconhecimento/sucesso destes intérpretes advém justamente de sua performance: ora, bem mais que elaborações estéticas mais complexas, os festivais da contemporaneidade apostam na relação intérprete-público. Isto é de suma importância na contemporaneidade uma vez que o público é atualmente o principal “mantenedor” das bandas: a relação “público/ banda” é cada vez mais próxima. Seja para grupos iniciantes - para quem os festivais são estratégicos, por reunir públicos diversos, constituindo em uma grande oportunidade para “formação” de consumidores e permitindo intercâmbios com outros grupos e mesmo produtores/gravadoras -, seja para bandas já “consolidadas”, a aposta em uma relação

---

<sup>19</sup> Ícone do tecnobrega no Pará, Gabi Amarantos foi considerada uma das grandes revelações do IV Se Rasgum. Mais que isto: a cantora serve como exemplo recente da importância e visibilidade dos festivais, já que, com um *show* dançante e dinâmico, atraiu a atenção de organizadores de outro festival, o pernambucano Rec-Beat, um dos maiores do país, que ocorreu este ano, de 13 a 16 de fevereiro, em Recife. Correspondendo à expectativa criada em torno de sua apresentação, Gabi Amarantos ganhou destaque não somente na imprensa paraense (em várias matérias, como “Gabi Amarantos, simplesmente uma diva”, *Jornal Diário do Pará*, 17-02-2010) e pernambucana (“Gabi Amarantos comanda a festa tecnobrega do segundo dia do Rec Beat”, *Jornal do Commercio*, 15-02-2010), mas também em veículos com grande repercussão nacional, como a edição *on line* da revista *Rolling Stones* (“Gabi Amarantos e Volver foram os destaques na noite de domingo, 14, no Rec-Beat”).



mais interativa e próxima com os consumidores é fundamental. Consumidores em potencial, os frequentadores destes festivais em geral estão inseridos em uma nova lógica de comunicação, produção e consumo cultural. E isto porque “novas tecnologias”

Trouxeram algumas implicações referentes ao modo como os ouvintes se relacionam com a música, ao modo que os diversos gêneros musicais se relacionam entre si e ao modo como a música se relaciona com seu contexto de origem. Os ouvintes passaram a se relacionar com a música através das mais diversas tecnologias de gravação e reprodução do som, como os aparelhos gravadores e reprodutores de fitas, discos, CDs e DVDs, e não precisaram mais estar diante de seus artistas para vivenciar a experiência musical. Os artistas também passaram a ter sua relação com o público mediada por estas mesmas tecnologias. (MACEDO, 2006: p. 89).

O que não foi considerado por Macedo, no entanto, é que os espetáculos e os produtos musicais “tecnológicos” terminam por compor uma cadeia de “retroalimentação” na “nova” indústria fonográfica nacional/ global, onde a performance pode incitar a criação de novos públicos/ consumidores dos produtos musicais ou não “oferecidos” pelos grupos musicais.

Ato de comunicação que pressupõe uma relação entre intérprete e ouvinte (JANOTTI JR.: 2006, p.140), a performance musical está ligada, mesmo que de maneira virtual, a um processo comunicacional mais amplo, que relaciona uma audiência a um determinado ambiente musical. Ora, no caso dos festivais, este “ambiente musical” é físico, ganha contornos mais evidentes e adquire importância fundamental na busca da “conquista” de público por parte dos intérpretes. Indo além, a performance pode ser considerada fenômeno sociocultural<sup>20</sup> de grande relevância para os festivais bem como para manutenção e fortalecimento da “cena musical independente”, evidenciando o quanto o entretenimento, a poética e a estética dos produtos da cultura popular massiva estão atrelados tanto às lógicas mercadológicas quanto à estrutura musical das canções (JANOTTI JR., 2006: p.140). A “nova música híbrida regional (...) tornou-se um negócio rentável da indústria cultural”, afirmam Herschmann e Kischinhevsky (2006: p.178).

## **05. Depois do último grito de “bis”: Considerações Finais**

Diferentemente dos “antigos festivais”, como preferem os mais saudosos, os festivais independentes não se baseiam em disputas de intérpretes e bandas. Pelo contrário: a troca de

---

<sup>20</sup> Muito contribui também para a importância da performance musical sua dimensão “corpórea”, uma vez que a maioria dos gêneros musicais midiáticos (sejam tradicionais ou massivos, como é o caso dos apresentados nos festivais) “pode ser associada a determinado modo de dança, que aqui não significa somente uma expressão pública de certos movimentos corporais diante da música e, sim, a corporificação presente na própria música” (JANOTTI, 2006: p.144).



experiências e intercâmbio que estes eventos possibilitam é justamente um dos principais objetivos. No final, quem vence é o público, a cultura – cada vez mais glocal – e claro, a música, que se fortalece e fomenta seu mercado fonográfico e adquire mais alternativas para sua “existência”, embora venha passando por transformações que possibilitem proposições acerca de uma “crise”. Ainda sobre esta “crise”, é importante considerar que as grandes empresas continuam a ser agentes centrais na economia da música, controlando os mais valorizados catálogos e se constituindo em partes de conglomerados industriais de múltiplos investimentos, inclusive em tecnologia e outros setores do entretenimento (DE MARCHI, 2006: 179).

O sucesso e representatividade dos atuais festivais, em especial o Se Rasgum, pode ser explicado de várias maneiras, como aqui se tentou demonstrar. Além disto, ainda que muitos neguem, certa “aura” independente/alternativa, também pode servir de incentivo para o público comparecer a tais eventos. Segundo Janotti Jr. (2006: p.136),

Estarem à margem das pressões homogeneizantes das indústrias culturais torna-se uma marca de identificação das expressões musicais com a ideologia de audição do *underground*, uma ideologia partilhada por todos os ouvintes desse tipo de música. Ratificando essa afirmação, Solomon (2005) caracteriza o *underground* como uma competência empregada para negociar prestígio e reconhecimento entre determinados grupos.

Assim, mesmo atendendo a lógica de um mercado cada vez mais sedento de novas alternativas de consumo cultural, os festivais também podem (e devem) ser encarados como manifestações midiáticas e socioculturais, onde os elementos estéticos, plásticos, ainda que muito importantes, não são essenciais. Cabe esta “essência” à performance (onde recortam-se os dois eixos da comunicação social: o que reúne o locutor ao autor e sobre o qual se unem situação e tradição (ZUMTHOR *apud* VARGAS, 2009: p. 178)) que as bandas apresentam em cima dos palcos e aos modos de relacionamento com o público através de outras mídias, em especial as ligadas à *internet*.

Longe de se restringirem somente aos dias de apresentações, os festivais da contemporaneidade apresentam particularidades e características próprias, tendo as “novas tecnologias” como suporte e a aposta no glocal como uma das principais marcas. As bandas não ficam à margem desta nova lógica. Pelo contrário: “conectadas” às transformações nos *media*, fomentam, recriam e adaptam seus modos de atuação”.

Não é certo que a produção independente possa, nesse momento, suprir espaço deixado pela retração das grandes gravadoras (VICENTE, 2009: p.159). No entanto, uma nova cena se



fortalece – sem enfraquecer as demais, é bom reiterar. Uma indústria independente em que seus festivais ocupam ao mesmo tempo uma posição central e marginal no cenário musical nacional, apontando para o surgimento de uma nova alternativa para a produção e manutenção da força vivaz da música: a alternativa independente, que deve ser encarada sem grandes utopias, é verdade, mas com a seriedade e bom senso que produtos midiáticos e socioculturais merecem.

## 06. Referências

Associação Brasileira de Festivais Independentes. **Abrafin**: <http://www.abrafin.org/>

BESSA, Esperança. Gabi Amarantos, simplesmente um diva. **Jornal O Diário do Pará**. Belém do Pará, 17 fev. 2010. Caderno Você, p. 08.

CANCLINI, N. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4ª ed. São Paulo: Edusp, 2003.

COLOMBO, Patrícia. **Gabi Amarantos e Volver foram os destaques na noite de domingo, 14, no Rec-Beat**. Disponível em <<http://www.rollingstone.com.br/secoes/novas/noticias/gabi-amarantos-e-volver-sao-os-destaques-na-noite-de-domingo-14-no-rec-beat/>>. Acesso em 16 fev 2010.

DE MARCHI, Leonardo. **Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente**: o futuro da música brasileira?. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/view/5200/4828>>. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: vol. 3 n. 7 j u l. 2006  
Acesso em 07 jan. 2010.

FLÁVIO JR., José. **A Nova Era dos Festivais**. Revista BRAVO!, n°141. São Paulo: Editora Abril, maio de 2009.

FLORO, Paulo. **Gabi Amarantos comanda a festa techno-brega do segundo dia do Rec Beat**. Jornal do Comercio, Recife Disponível em: <<http://jc.uol.com.br/canal/carnaval-2010/noticia/2010/02/15/gabi-amarantos-comanda-a-festa-tecnobrega-do-segundo-dia-do-rec-beat-214043.php>>. Acesso em 18 fev. 2010.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 12ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

HERSCHMANN, Micael. e KISCHINHEVSKY, Marcelo. A nova música regional no Brasil. In: PRYSTHON, A. (org.). **Imagens da Cidade**: Espaços Urbanos na Comunicação e Cultura Contemporâneas. Porto Alegre: Sulina, 2006.





HERSCHMANN, Micael. e KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Indústria da Música** – uma crise anunciada. Disponível em <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/d48719d6ab63ab38e89847f4ae8c2109.pdf>. Acesso em 23 jan 2010.

JANOTTI JR., Jeder. **Mídia e música popular massiva**: dos gêneros musicais aos cenários urbanos inscritos nas canções. In: PRYSTHON, A. (org.). **Imagens da Cidade**: Espaços Urbanos na Comunicação e Cultura Contemporâneas. Porto Alegre: Sulina, 2006.

JUNQUEIRA, Lília. Manguebit e Gentrification: relações entre cultura e espaço urbano em Recife. In: PRYSTHON, A. (org.). **Imagens da Cidade**: Espaços Urbanos na Comunicação e Cultura Contemporâneas. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MACEDO, Frederico. **Algumas conseqüências das novas tecnologias de produção e reprodução sonora sobre a música**: a dissociação entre performance experiência musical, a autenticidade e a autoria. Disponível em [http://www.anppom.com.br/anais/anaiscongresso\\_anppom\\_2006/CDROM/COM/04\\_Com\\_Musicologia/sessao01/04COM\\_MusHist\\_0101-244.pdf](http://www.anppom.com.br/anais/anaiscongresso_anppom_2006/CDROM/COM/04_Com_Musicologia/sessao01/04COM_MusHist_0101-244.pdf). Acesso em 28 ago 2009.

VARGAS, Herom. **“Essa é pra tocar no rádio”**: redundância e experimentalismo na canção de sucesso. In: VARGAS, Herom; CARDOSO, João Batista; SANTOS, Roberto. **Mutações da Cultura Midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.

VICENTE, Eduardo. **A vez dos independentes (?)**: um olhar sobre a produção musical independente do país. E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas e Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/100/99>. Acesso em 23 jan 2010.

\_\_\_\_\_. Por onde a canção? Os impasses da indústria na era do mp3. In: VARGAS, Herom; CARDOSO, João Batista; SANTOS, Roberto. **Mutações da Cultura Midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.