

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

JULIANA TURANO FIGUEIREDO

A ORGANIZAÇÃO EM REDE DOS FESTIVAIS INDEPENDENTES DE MÚSICA:  
UM ESTUDO DE CASO DA ABRAFIN

NITERÓI

2011

JULIANA TURANO FIGUEIREDO

A ORGANIZAÇÃO EM REDE DOS FESTIVAIS INDEPENDENTES DE MÚSICA:  
UM ESTUDO DE CASO DA ABRAFIN

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Me. JOÃO LUIZ PEREIRA DOMINGUES

Niterói

2011

JULIANA TURANO FIGUEIREDO

A ORGANIZAÇÃO EM REDE DOS FESTIVAIS INDEPENDENTES DE MÚSICA:  
UM ESTUDO DE CASO DA ABRAFIN

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Aprovada em dezembro de 2011

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Me. João Luiz Pereira Domingues  
Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Me. Maria Teresa Mattos de Moraes  
Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Dr. Luiz Augusto F. Rodrigues  
Universidade Federal Fluminense

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, que as palavras não são suficientes pra descrever tudo o que ela fez e faz por mim a minha vida toda, mas em especial esse ano pela imensa compreensão com a minha ausência de paciência e de tempo;

Ao meu pai, por todo o apoio que ele me deu a vida inteira, principalmente com as minhas decisões profissionais, acreditando em mim quando abandonei uma graduação renomada para fazer Produção Cultural;

Ao meu irmão, Bruno, e meus sobrinhos, João Vítor e Miguel, por ser a minha base, aqueles que vão estar sempre comigo;

Ao meu orientador, João Domingues, pela dedicação nesse ano e meio de pesquisa, por acreditar no meu trabalho e por não ter desistido em tirar as idéias erradas da minha cabeça;

Às minhas amigas, Caroline Alciones, Débora Montalvão, Deborah Andrade, Danielle Manes e Juliana Ferretti, por terem acreditado em mim, me ouvido e dado forças nos momentos de reclamação;

À Carolina Fagundes, que se tornou uma grande amiga no final da faculdade e passamos pelo período da monografia ao mesmo tempo, entendendo uma a outra;

Ao Antonio Fonseca, porque mesmo estando mais ocupado que eu ainda tinha tempo pra mim todas as vezes que chamava por ele;

Ao Fabrício Ofuji, que se tornou meu amigo por causa desta pesquisa;

Ao Talles Lopes, pelo interesse nesse trabalho e que sem isso eu não conseguiria concluí-lo;

Aos meus professores, por passarem seu conhecimento aos alunos de Produção Cultural, no qual tenho muito orgulho em fazer parte.

## **RESUMO**

O presente trabalho analisa a importância da Abrafin – Associação Brasileira de Festivais Independentes – no meio musical e sua formação sobre dois pontos de vista interligados. O primeiro utiliza as teorias desenvolvidas nas áreas da psicologia, sociologia e antropologia sobre a formação de Redes Sociais entre indivíduos para verificar como se deu a formação da Associação. O segundo, como a evolução da cadeia produtiva da música e suas alterações, com o surgimento das tecnologias da informação, vão favorecer a criação de redes entre os participantes da mesma, inclusive dos Festivais Independente de Música.

Palavras chaves: redes sociais, música independente, festivais de música, Abrafin, associação, cadeia produtiva da música

## **ABSTRACT**

This paper analyzes the importance of Abrafin - Brazilian Association of Independent Festivals - in the music area and how it was formed based on two interrelated points of view. The first uses the theories developed in the areas of psychology, sociology and anthropology about the formation of social networks between individuals to see how the beginning of the Association took place. The second considers how the evolution of the productive chain of music and its amendments, with the emergence of information technology, will encourage the networking among the participants of the chain, including the Independent Music Festivals.

Keywords: social networks, independent music, music festivals, ABRAFIN, association, music production chain

## SUMÁRIO

Introdução	Pág. 7
I – Das Redes Sociais	Pág.10
1.1. O que são redes sociais	Pág.13
1.2. Formação das redes sociais	Pág.16
1.3. Alterações nas redes sociais	Pág.18
1.4. A influência da tecnologia da informação	Pág.19
II – O cenário independente da música	Pág.22
2.1. Alterações no mercado musical a partir do surgimento das tecnologias da informação	Pág.27
2.2. Festivais de música	Pág.35
III – Abrafin e seus desdobramentos	Pág.40
3.1. Criação de redes sociais no cenário musical	Pág.40
3.2. A Abrafin	Pág.45
3.3. Funcionamento interno	Pág.48
3.4. Influências	Pág.51
3.5. Importância da Abrafin	Pág.53
3.6. Críticas em relação à Abrafin	Pág.56
Considerações finais	Pág.66
Referências	Pág.72
Anexos	Pág.75

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda a questão da integração entre os diversos participantes da cadeia produtiva da música independente e as transformações ocorridas no meio musical a partir da troca de conhecimento e informação entre esses membros, em especial entre os festivais independentes de música, tendo como objeto de estudo a Abrafin – Associação Brasileira de Festivais Independentes.

Considero nesse trabalho os seguintes participantes da cadeia produtiva da música: produtores de artistas ou espetáculos; artistas; o público; as gravadoras independentes; formadores de opinião e aqueles que atuam na parte de distribuição do produto cultural sejam física e/ou digitalmente.

O tema surgiu a partir da reflexão das minhas experiências pessoais e profissionais na área musical, como a visita a um festival europeu de música e a atuação como produtora de uma banda independente; além das reflexões produzidas a partir do contato com a literatura da área disponível sobre o tema.

Os objetivos desse estudo são: apresentar como a cadeia produtiva da música se desenvolve atualmente e refletir como as Redes Sociais podem alterar esta cadeia; analisar os resultados de quando as diversas partes da cadeia produtiva da música compartilham conhecimento e experiências entre si, através da formação de Redes Sociais; identificar as atividades práticas da Abrafin; verificar sua funcionalidade e avaliar as influências da Abrafin nos festivais associados.

A pesquisa tem importância uma vez que o objeto abordado no trabalho é inédito no meio acadêmico. Não existem bibliografias anteriores que abordem a Associação ou que correlacionem as teorias das Redes Sociais com a formação de associações e coletivos no ambiente musical.

Além do ineditismo, o assunto é muito recente e ainda está em desenvolvimento. Por estar em processo de construção, os agentes envolvidos atuam de forma espontânea, sem as metodologias da academia, o que permite que a pesquisa mostre o olhar acadêmico, do produtor cultural em formação, sobre algo que ocorre sem pressupostos teóricos prévios, de forma espontânea.

Para a realização deste trabalho foram realizadas pesquisas qualitativas nos formatos de entrevistas estruturadas e questionários abertos com membros do quadro de diretores da associação: o presidente da gestão 2011/2012 Talles Lopes e o ex vice-presidente Pablo Capilé, e com produtores e artistas das bandas independentes como, por exemplo, Móveis Coloniais de Acaju.

Houve a aplicação de questionário semi-aberto aos produtores de festivais associados à Abrafin. Devido à dificuldade em entrar em contato com os mesmos, apenas seis deles responderam a pesquisa anônima que foi realizada virtualmente através do site <http://www.surveymonkey.com/s/C6H7GNC>, no período de 03 de agosto de 2011 a 10 de novembro de 2011.

Deve-se ressaltar que apesar das tentativas em conseguir um contato direto entre a pesquisadora e os produtores através de meios virtuais, email e telefone, esse não foi possível, uma vez que os mesmos não responderam as tentativas de contato.

A pesquisa só foi viabilizada devido à disponibilidade e interesse do atual presidente da Associação, Talles Lopes, que esteve acessível para solucionar dúvidas todas as vezes que foi solicitado, dar entrevistas e pedir a colaboração dos produtores dos festivais para responderem o questionário aplicado, porém com baixa adesão dos mesmos.

Foi realizado o levantamento de informações através do método de observação participante em três festivais: um filiado à Abrafin (Grito Rock edição Rio de Janeiro) no primeiro semestre de 2011, e dois festivais não associados à Abrafin, um independente (Móveis Convida) e um patrocinado por grandes empresas (Rock in Rio), no segundo semestre de 2011 para comparação com os festivais filiados e análise do desenvolvimento do meio independente da música.

E por fim, foram realizadas revisões bibliográficas sobre os temas que pautam a pesquisa com importante auxílio da internet, uma vez que não existe bibliografia específica sobre o assunto, as entrevistas concedidas pelos membros e diretores da associação e por membros da cadeia produtiva da música para sites e revistas que foram disponibilizadas na rede, se tornaram fundamental para esta pesquisa. As entrevistas coletadas exclusivamente para este trabalho e as respostas do questionário encontram-se em anexo.

Nas próximas páginas é feita uma análise da criação da Abrafin através das teorias desenvolvidas nas áreas da sociologia, antropologia e psicologia da formação de

Redes Sociais na sociedade; e através do impacto das transformações e do desenvolvimento da cadeia produtiva da música nos últimos 30 anos.

Para isso, o trabalho se divide em três capítulos da seguinte forma: o primeiro faz uma explanação sobre as teorias sociais de integração entre indivíduos e sua conseqüente formação em redes; o segundo aborda o surgimento e crescimento da música independente, como a internet e a conexão em rede influenciaram e mudaram esse cenário, e a importância dos festivais independentes de música a partir da década de 90 no Brasil; o último capítulo trata das questões relacionadas a Abrafin, desde seu surgimento e funcionamento até as críticas realizadas pelos agentes do meio musical.

# I

## Das Redes Sociais

Na última década a expressão redes sociais veio ganhando outros significados devido à transposição do seu conceito para a internet, através das tecnologias da informação. A popularização de sites como Orkut, Twitter e Facebook corroboraram para o fortalecimento desses novos significados na sociedade. Porém, o conceito de redes sociais é anterior ao surgimento da internet e é esta vertente que servirá como base para esse trabalho.

A partir dos conceitos antropológico, sociológico e psicológico de redes sociais compreenderemos como se dá a formação de grupos entre indivíduos em uma sociedade e a partir disso analisar a evolução do meio musical independente e a conseqüente formação da Abrafin.

Para tal, devemos perceber que

A noção de *redes / redes sociais* nasce na Antropologia Social. A primeira aproximação remonta à Claude Lévi-Strauss em sua análise etnográfica das estruturas elementares de parentesco (década de 40). Em 1940, Radcliffe-Brown usa o termo "redes". Barnes (1972) preocupava-se com a heterogeneidade dos usos da noção de redes, alertando que a idéia de "redes" pudesse tornar-se mais uma palavra da moda, sem definição clara, nem uso específico. (ACIOLI, p.3)

J.A. Barnes dizia que “não existe uma teoria de redes sociais, sendo possível a adaptação da noção de rede à diversas teorias.” (Ibidem, p.3). Deve-se destacar aqui a diferença entre rede e redes sociais.

A rede corresponde a seu significado mais simples, a de ser linhas entrelaçadas com nós em todos os seus percursos, um trançado de fios de qualquer material que forma um tecido ou conjunto. Enquanto rede social, em essência é uma estrutura composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns.

Pode-se perceber claramente a definição de redes permeando a de redes sociais, não sendo por acaso que a palavra redes está contida na expressão. Assim como redes sociais ratifica o pensamento de Barnes, também podemos percebê-lo em outras áreas do conhecimento como a economia (rede de bancos) e a informática (rede de computadores).

Diversos estudiosos, principalmente no campo da Psicologia, se dedicaram a estudar o conceito, a estrutura e as funções das redes sociais.

Attneave e Ross (1982), asseveram que a Rede Social é depositária da identidade e da história individual e grupal; é uma fonte de retroalimentação e reconhecimento social. Neste sentido, as interações dadas permitem a cada participante refletir e manter uma imagem própria, relacionada com os diversos papéis que cada um desempenha e/ou assume na relação.

Para Sluzki (1996), a Rede Social representa o conjunto de todas as relações que uma pessoa possui de forma significativa, assim percebidas por ela, definindo o nicho social próprio que contribui para seu reconhecimento. A Rede Social é uma fonte essencial de sentimento de identidade, do dever ser, de competência e de ação.

Para Balcani, G. Ferraris, S. e Marano, G. (1995), as redes sociais constituem-se num intercâmbio dinâmico. Já para Primavera (1995), estas se constituem fundamentalmente em práticas sociais. (MENESES, p.23-24)

O estudo das redes sociais é importante para compreender a sociedade e os movimentos sociais através das relações que são estabelecidas entre indivíduos, da interação e troca de conhecimento entre eles; e para avaliar o impacto dessa interação social em grupo no comportamento de uma pessoa, ou seja, como o grupo vai influenciar a conduta de um único indivíduo.

A análise de redes sociais interessa a pesquisadores de vários campos do conhecimento que, na tentativa de compreenderem seu impacto sobre a vida social, deram origem a diversas metodologias de análise que têm como base

as relações entre os indivíduos, em uma estrutura em forma de rede. [...] De forma genérica, pode-se estudar o sistema visando apenas entender como ele se comporta e como as conexões influenciam esse comportamento, com aplicações na área de saúde pública (estudos epistemológicos), de tecnologia da informação (a mesma idéia para os vírus de computador), sociologia (os movimentos sociais), economia (mercados e economias de rede) e matemática aplicada (otimização de algoritmos) (Watts, 1999) (apud MARTELETO, SILVA, p.41)

Norbert Elias destacou a necessidade do estudo das redes sociais ao criticar o conceito de sociedade e de indivíduo, este muitas vezes entendido como “uma entidade vivendo em seu completo isolamento” e aquela como “o simples somatório de indivíduos ou como um objeto que existe para além dos indivíduos e que não é passível de maiores explicações”. (Ibidem, p.42)

O que nos falta. [...] são modelos conceituais e uma visão global mediante os quais possamos tornar compreensível no pensamento aquilo que vivenciamos diariamente na realidade, mediante os quais possamos compreender de que modo um grande número de indivíduos compõe entre si algo maior e diferente de uma coleção de indivíduos isolados: como aqueles formam uma sociedade e como sucede essa sociedade poder modificar-se de maneiras específicas, ter uma história que segue um curso não pretendido ou planejado por qualquer dos indivíduos que a compõem. (Elias, 1994, p.16 apud MARTELETO, SILVA, p.42)

Deve-se perceber que cada pessoa que compõe um grupo é capaz de influenciar todas as outras de alguma maneira, da mesma forma que o inverso acontece, onde o grupo pode influenciar o comportamento de seus membros. Isso torna aquele coletivo único, com características exclusivas, devido ao conjunto de indivíduos que o compõe.

“O interesse pelos estudos de redes sociais está também relacionado com o aumento dos estudos na área de economia e sociologia sobre a importância do capital social.” (Ibidem, p.43)

### Capital Social

é definido como as normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais. Dessa forma, são dependentes da interação entre, pelo menos, dois indivíduos. Assim, fica evidente a estrutura de redes por trás do conceito de capital social, que passa a ser definido como um recurso da comunidade construído pelas suas redes de relações. A construção de redes sociais e a conseqüente aquisição de capital social estão condicionadas por fatores culturais, políticos e sociais. [...] O capital social possui uma natureza multidimensional. A visão mais estreita o define como um conjunto de normas e redes sociais que afetam o bem-estar da comunidade na qual estão inscritas, facilitando a cooperação entre os seus membros pela diminuição do custo de se obter e processar informação. (Ibidem, p.44)

### 1.1. O que são redes sociais

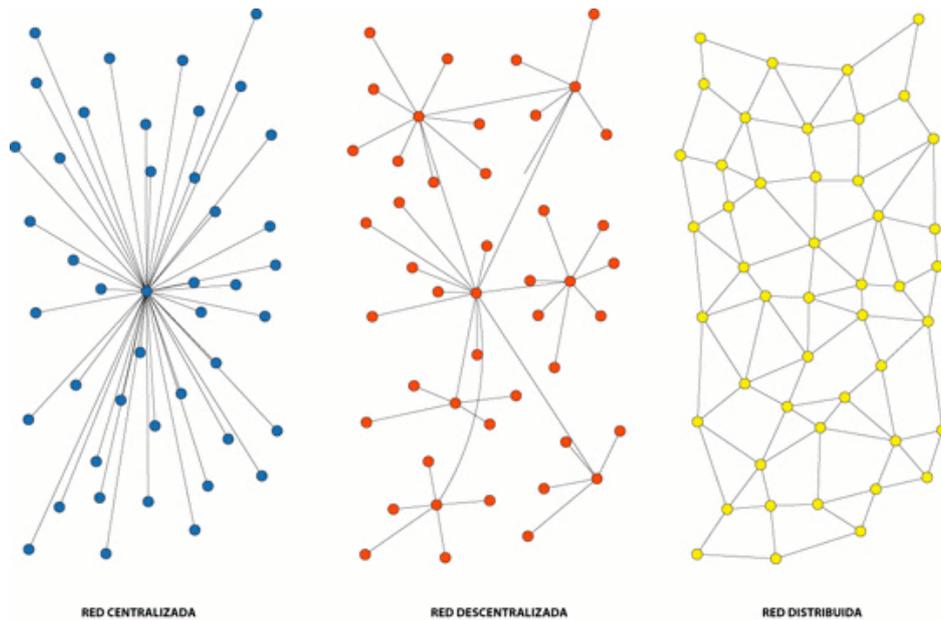
Em relação à forma estrutural das redes sociais, de forma instintiva, a palavra rede remete a seu objeto mais primitivo – a rede de pesca, que seria um entrelaçamento de fios que formam nós e por fim, um tecido. Podemos utilizar essa definição para criar uma analogia da estrutura de uma rede social.

A rede social, a partir da metáfora da rede do pescador, está tecida por nós. Estes nós representam pessoas e instituições que criaram vínculos de diversas qualidades e intensidades. Os fios que permitem “amarrar” esses nós estão constituídos pelas relações, pelos vínculos, pelas diversas formas comunicacionais. Assim, um nó pode ser tecido por uma pessoa, por um grupo, por uma comunidade, em fim por um sistema auto-organizado. Quando encontramos sistemas auto-organizados formando um nó, podemos também estudar as suas redes internas já que as relações são isomórficas nos diversos sistemas. (MENESES, p.23)

Devemos destacar que

A rede, que é uma estrutura não-linear, descentralizada, flexível, dinâmica, sem limites definidos e autoorganizável, estabelece-se por relações horizontais de cooperação. Costa et alii (2003, p. 73) atestam que a rede “é uma forma de organização caracterizada fundamentalmente pela sua horizontalidade, isto é, pelo modo de inter-relacionar os elementos sem hierarquia”. (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.94)

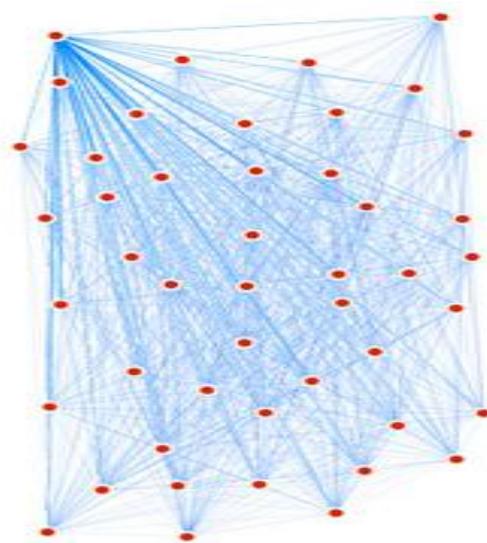
Em uma rede social existe a possibilidade de todos os membros (nós) poderem se comunicar com todos os outros pontos (nós), em todas as direções, ou seja, descentralizada, não linear e flexível, como pode ser visto na figura a seguir, que mostra um diagrama, publicado por Paul Baran em 1964, onde compara as redes centralizadas com as redes descentralizadas.



Em relação ao funcionamento e dinâmica das redes sociais, Mony Elkaïm afirma que

a Rede Social implica num processo de construção permanente tanto em nível individual quanto coletivo; o autor considera a Rede Social um sistema aberto que, através de um intercâmbio dinâmico entre seus integrantes e entre eles e outros grupos sociais, torna possível a melhor utilização de seus recursos. (apud MENESES, p.23)

Elkaïm considera além da descentralização dentre os membros da rede, a importância da interação entre redes distintas e sua capacidade de potencializar as redes envolvidas. Podemos ilustrar essa relação através do diagrama abaixo, onde mostra várias redes sobrepostas:



De forma mais simples, para Regina Maria Marteleto as redes sociais representam “um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (apud TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.93).

Um fator que deve ser observado em todos esses entendimentos sobre redes sociais é que

a riqueza da homogeneidade/heterogeneidade [dos membros] permite a auto-observação pela diferença. É pela possibilidade de nos assemelhar dos outros que temos a consciência de pertencer. Mas é pelas distinções que conseguimos traçar que nos diferenciamos dos outros criando consciência do si mesmo, criando finalmente identidades pessoais, grupais, nacionais, etc. Assim, a rede social é produtora de identidades na medida em que pertencer a ela nos permite enxergar as ancoragens culturais compartilhadas ao mesmo tempo em que nos permite como sujeitos e coletivos, nos distinguir de outros sujeitos e coletivos. (MENESES, p.26)

Há a valorização da diferença entre os membros de uma rede social ao mesmo tempo em que é extremamente importante a existência de pontos em comum que possam uni-los enquanto grupo. É através dessa relação entre se identificar dentro de um grupo e perceber suas diferenças que se cria a identidade da rede social e a distingue das demais.

O principal produto de uma rede social é a troca de conhecimento e experiências entre os indivíduos que a compõe. “O espaço em que as redes sociais se constituem e se proliferam são inerentes à informação e ao conhecimento, uma vez que são eles que movimentam as redes.” (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.96), ou seja, eles são o meio e o fim pelo qual uma rede funciona. Sem informação não haveria rede, pois não haveria o que ser transmitido entre os membros.

Roberto Miranda (apud TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.97), diferenciou três tipos de conhecimento: explícito, tácito e estratégico. Todos podem ser transmitidos através das redes.

**conhecimento explícito** é o conjunto de informações já elicitadas em algum suporte (livros, documento etc.) e que caracteriza o saber disponível sobre o tema específico; **conhecimento tácito** é o acúmulo de saber prático sobre um determinado assunto, que agrega convicções, crenças, sentimentos, emoções e outros fatores ligados à experiência e à personalidade de quem o detém; **conhecimento estratégico** é a combinação de conhecimento explícito e tácito formado a partir das informações estratégicas e de informações de acompanhamento, agregando-se o conhecimento de especialistas.

## 1.2. Formação das redes sociais

Esse tipo de organização – em rede – nas relações sociais é natural aos seres humanos tendo em vista que estabelecemos relações de trocas com outras pessoas desde o nascimento. Primeiro através da estrutura familiar, depois os elos de amizade, amor e trabalho.

“O que é novo no trabalho em redes de conexões é sua promessa como uma forma global de organização com raízes na participação individual. Uma forma que reconhece a independência enquanto apóia a interdependência. O trabalho em redes de conexões pode conduzir a uma perspectiva global baseada na experiência pessoal” (Lipnack & Stamps, 1992; 19) (apud MARTELETO, p.72)

Podemos considerar essas relações naturais como redes espontâneas porque derivam da sociabilidade humana. O que diferencia as redes sociais das redes espontâneas é a intencionalidade dos relacionamentos, os objetivos comuns conscientes, explicitados e compartilhados. Então temos que, além das redes que são formadas naturalmente, conforme acontece à inserção do ser humano na sociedade, as redes sociais podem ser criadas por outros motivos.

Nos espaços informais, as redes são iniciadas a partir da tomada de consciência de uma comunidade de interesses e/ou de valores entre seus participantes. Entre as motivações mais significativas para o desenvolvimento das redes estão os assuntos que relacionam os níveis de organização social-global, nacional, regional, estadual, local, comunitário. (Ibidem, p.73)

As redes sociais emergem, nos últimos anos, como uma forma organizacional alternativa ao governo público, para tentar resolver problemas que não conseguem ser solucionados por esse. Também temos que

Os movimentos sociais em geral designam um tipo de ação coletiva orientada para a mudança, em que uma coletividade de pessoas é dirigida, de modo não-hierárquico, por um ator social. Os movimentos logram maior duração e integração e são eles em geral que originam as organizações, os partidos, as associações, a partir de uma consciência de grupo e das afinidades percebidas por indivíduos submetidos às mesmas pressões sociais ou que enfrentam idênticas dificuldades e obstáculos. (Ibidem, p.73)

A partir dessa característica, temos a formação de Organizações Não Governamentais (ONG) que “são o resultado das múltiplas manifestações na sociedade civil mundial, que acarretam o fenômeno da organização espontânea de grupos para a

realização de atividades de interesse público, não devidamente atendidas pelo Estado” (OLIVIERI; NATALE, p.154).

As ONGs podem ser subdivididas em: associações, fundações, OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, e OS – Organizações Sociais.

#### Associações

são organizações resultantes da reunião de duas ou mais pessoas, com ou sem personalidade jurídica, para a realização de um objetivo em comum, baseado em finalidades sociais, culturais, educacionais, ambientais etc. Não tem como objetivo o resultado econômico, ou seja, não tem finalidade lucrativa, mas podem comercializar bens ou serviços para atender seus próprios propósitos. (OLIVIERI; NATALE, p.154-155).

#### Fundações

são organizações privadas que nascem da vontade de uma ou mais pessoas por meio de uma doação, ou seja, são constituídas com base em um patrimônio. A doação deve ser realizada por meio de testamento ou escritura pública. O doador especificará a finalidade da Fundação, podendo ainda determinar sua forma de administração. (Ibidem, p.155).

OSCIP “é um título público concedido pelo Governo Federal para organizações que preenchem requisitos e procedimentos disciplinados pela Lei, ou que já sejam constituídas em função desses critérios.” (Ibidem). O objetivo das OSCIP é dar maior agilidade e transparência nas relações do Estado com as organizações sem fins lucrativos.

OS é um modelo estatal de organização pública que “permite e incentiva sociedades civis sem fins lucrativos a prestarem serviços públicos não exclusivos ao Estado.” (Ibidem, p.156).

Temos ainda o recente termo “Coletivo” para designar um grupo de pessoas unidas em prol de objetivos em comum.

Outro fator importante para a formação da rede social é a necessidade do indivíduo se associar a esta espontaneamente, o ser não pode ser coagido a ingressar no grupo. Ele deve querer ingressar na rede para que sua participação seja efetiva e proveitosa, havendo troca de informações e conhecimento, caso contrário ele se torna indiferente e ineficiente para a rede e às vezes até um fardo.

Existem, também, algumas barreiras para a formação das redes sociais que são elas: ausência do pensamento em prol do coletivo, falta de confiança mútua, diferentes

culturas, vocabulários e quadros de referências distintos, individualismo. Alguns desses “são barreiras passíveis de serem facilmente superadas, conforme propõem os autores, o são pelas próprias características das redes sociais.” (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.99), tendo em vista que com a construção e desenvolvimento da rede social os indivíduos são capazes de aprender gradualmente a conviver em grupo e a lidar com as diferenças entre o coletivismo e o individualismo; enquanto a permanência de outros impedimentos pode levar ao afastamento de membros do grupo.

### 1.3. Alterações nas redes sociais

Uma vez criada, a estrutura das redes sociais pode ser alterada pela entrada e saída de membros que a compõem. Devemos enxergar as redes como organismos vivos, em constantes mudanças. As pessoas e grupos mudam ao longo do tempo, são influenciados por novas experiências, novos contatos, por mudanças em suas vidas pessoais, ou seja, inúmeros motivos podem levar a entrada e saída de membros da rede e a alteração na dinâmica da mesma.

Não é possível avaliar se essas variações são positivas ou negativas, podemos apenas constatar que a cada novo membro e a cada nova influência de movimentos culturais externos à rede que os membros sofrem, a mesma é modificada de sua forma anterior.

Outros motivos para o fluxo de pessoas na rede são a ausência do sentimento de pertencimento a rede e “quando estas não dão conta de satisfazer as nossas necessidades ou quando sentimos que os nós da rede demandam muito mais de nós do que podemos receber deles.” (MENESES, p.25).

### 1.4. A influência da tecnologia da informação

Antes do surgimento da internet a maioria das redes sociais tinha uma abrangência local, composta por membros mais próximos geograficamente, do que aquelas que contemplavam o território nacional ou mundial.

Poucas eram as redes que englobavam extensos territórios porque a distância dificultava a comunicação entre os membros. Dependendo do meio que era utilizado, entre dois nós da rede para se comunicarem, a mensagem podia demorar semanas para chegar até o receptor.

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. (CASTELLS, p. 414)

Lembrando que a popularização do celular no Brasil ocorreu no final da década de 90 e a internet no início dos anos 2000, e desconsiderando os meios de comunicação de massas, as tecnologias da época pré-internet para comunicação entre duas pessoas se resumiam ao telefone, aos correios e ao Pager.

Os telefones convencionais requeriam a presença de ambas as pessoas no mesmo tempo e em lugares específicos para que a mensagem pudesse ser transmitida, caso o receptor tivesse uma secretária eletrônica, a mensagem era gravada e ouvida depois. As ligações para celulares e interurbanas eram muito caras, não podendo ser feitas por qualquer pessoa. Os correios demoravam dias para entregar a carta ao destinatário, enquanto o Pager apenas recebia mensagens, era necessária a utilização do telefone para haver uma conversa.

Assim sendo, as tecnologias disponíveis na época ou criavam, obrigatoriamente, um espaço de tempo entre a emissão e recepção da mensagem ou exigiam a presença do emissor e do receptor em locais pré-determinados no mesmo horário.

Isso era um transtorno não apenas para a transmissão de informações entre os membros da rede, como para adquirir informações externas à rede.

Dessa forma as redes sociais se mantinham em nível local pela facilidade em se comunicarem. As reuniões presenciais eram mais comuns entre os membros da rede, mas estas demandavam esforços extras para fazer com que todo o grupo pudesse estar no mesmo dia, hora e local juntos, mas nem sempre se conseguia reunir 100% dos membros.

A difusão da internet muda esse cenário, ela dinamiza as relações dentro da rede suprimindo a necessidade das pessoas estarem juntas no mesmo espaço ou cada uma em um local e hora específicos para que a troca de informações aconteça. “A cultura da virtualidade real associada a um sistema multimídia eletronicamente integrado [...]”

contribui para a transformação do tempo em nossa sociedade de duas formas diferentes: simultaneidade e intemporalidade.” (CASTELLS, p.553)

Um nó da rede pode enviar um e-mail às 8h da manhã de um dia e o outro nó da rede só abrir o email às 15h da tarde, mas o importante é que o receptor receberá o conteúdo original do emissor de forma íntegra, sem intermediários e ser capaz de responder ou fazer parte da discussão, caso o e-mail contemple mais de um destinatário, instantaneamente.

[...] a comunicação mediada por computadores possibilita o diálogo em tempo real, reunindo pessoas com os mesmos interesses em conversa interativa multilateral, por escrito. Respostas adiadas pelo tempo podem ser superadas com facilidade, pois as novas tecnologias de comunicação oferecem um sentido de instantaneidade que derruba as barreiras temporais, como ocorreu com o telefone mas, agora, com maior flexibilidade, permitindo que as partes envolvidas na comunicação deixem passar alguns segundos ou minutos, para trazer outra informação e expandir a esfera de comunicação sem a pressão do telefone, não adaptado a longos silêncios. (CASTELLS, p.553)

A internet acabou por diminuir os efeitos da distância geográfica entre os membros sendo capaz de atingir vários estados ou países com a mesma mensagem e ao mesmo tempo, possibilitando maior acessibilidade entre componentes da rede. Houve uma união virtual do espaço e do tempo. A nova tecnologia possibilitou a extensão do número de nós das redes e a distância física entre eles porque a mesma tem como compensar essa distância.

A reunião de pessoas em um só espaço físico tem um alto custo (passagens, estadas, entre outras despesas), mas traz grandes resultados em termos de compartilhamento da informação e do conhecimento. O que ocorre na prática é que é necessário o uso da tecnologia combinado com o contato pessoal para a transferência ou compartilhamento do conhecimento e da informação. (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA, p.98)

A tentativa de imitar a vida real no espaço virtual incentivou a criação de sites de relacionamentos sociais como o Orkut e o Facebook e de programas para conversação como ICQ, MSN e Skype, a internet se tornou um facilitador das redes sociais. “William Mitchell foi convincente ao afirmar que estão emergindo *on-line* novas formas de sociabilidade e novas formas de vida urbana, adaptadas ao nosso novo meio ambiente tecnológico.” (CASTELLS, p.443).

A partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente depois da Internet, as relações sociais prescindem do espaço físico e do geográfico, elas ocorrem independentes do tempo e/ou do espaço. E, mesmo assim, as relações em uma rede refletem a realidade ao seu redor e a influência. Devido a essa dimensão, Wellman (1996) verifica, na rede, sua identidade singular em determinada situação, isto é, a representação e a interpretação das relações em rede estão fortemente ligadas à realidade que a cerca; a rede é influenciada pelo seu contexto e esse por ela. (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.95)

Com isso, temos a difusão do termo redes sociais para relacionar as redes virtuais.

*O uso tecnológico é dos mais discutidos atualmente e nesse campo estamos englobando o núcleo de tecnologias da informação - redes de informações, redes de conexões ou redes temáticas, redes interorganizacionais, ou seja, grupos que utilizam o termo rede no sentido de meio de acesso a informações, contato com grupos ou pessoas através de redes de computadores. (ACIOLLI, Sonia. p.8) [grifo do autor]*

Porém, apesar da facilidade em usar a tecnologia para o compartilhamento da informação e do conhecimento não se pode deixar que este substitua por completo as reuniões físicas do grupo formador da rede. “‘comunidades virtuais’ não precisam opor-se às ‘comunidades físicas’”: são formas diferentes de comunidade, com leis e dinâmicas específicas, que interagem com outras formas de comunidade.” (CASTELLS, p.444)

A reunião de pessoas em um só espaço físico tem um alto custo (passagens, estadas, entre outras despesas), mas traz grandes resultados em termos de compartilhamento da informação e do conhecimento. O que ocorre na prática é que é necessário o uso da tecnologia combinado com o contato pessoal para a transferência ou compartilhamento do conhecimento e da informação. (TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA p.98)

## II

### O cenário independente da música

Pela compreensão das teorias das redes sociais, iremos analisar como o mercado fonográfico sofreu alterações a partir do início dos anos 2000 devido à formação de redes sociais virtuais que vão alterar toda a cadeia produtiva da música, fortalecendo o cenário independente.

O termo independente está relacionado ao cenário musical composto por artistas que não possuem contrato com as grandes gravadoras fonográficas do mercado, as principais são: EMI, Sony BMG Music, Universal Music e Warner Music.

Nesse contexto, temos os artistas independentes, os selos de gravadoras independentes e a música independente, todos relacionados ao fato de não terem vínculos com as *majors*, termo pelo qual as quatro maiores gravadoras também são conhecidas.

A música independente sempre existiu, porém o fortalecimento do uso do termo e a categoria ganharam mais evidência a partir dos anos 2000 com a crise do mercado fonográfico.

Até o final da década de 90, as *majors* controlavam a cadeia produtiva da música em quase sua totalidade. Elas se tornaram responsáveis por produzir, distribuir e promover a música no Brasil e no mundo. Apenas os artistas que tinham contrato com

uma destas gravadoras conseguiam visibilidade nas mídias de massa e por consequência conseguiam alcançar uma carreira ou o sucesso.

A gravadora contratava um artista através de olheiros que visitavam shows ou através de material de artistas que eram enviados as mesmas. Após a contratação, a empresa cuidava da gravação das músicas desde a pré-produção, *masterização*, mixagem, prensagem dos CDs ou discos até sua distribuição e vendagem, ou seja, todos os processos necessários; assim como da carreira do artista como um todo, definindo o plano de marketing do mesmo.

Ela também arcava com todos os processos e pagamentos independente se o artista fosse bem sucedido ou não. O que o artista ganhava financeiramente com as vendagens dos CDs era a porcentagem já estabelecida no contrato, que variava entre 10% e 16% do total das vendas<sup>1</sup>. Sua outra fonte de renda eram os shows.

O material gravado ia para os pontos de venda e para as rádios para execução. Com a divulgação do artista e sua popularização, a gravadora começava a agendar shows, visitas a programas de televisão e rádio, entrevistas e outras formas de divulgação para, assim, tentar começar sua carreira. Era com essa visibilidade, dependente das gravadoras, que o artista se mantinha.

Grande parte do monopólio das gravadoras se dava porque estas controlavam os meios de comunicação de massa (rádio e televisão) através do *jabá*. Este é um sistema que exclui a maioria dos artistas no qual, através do pagamento de uma quantia de dinheiro pela gravadora o artista tem sua música executada na rádio ou televisão para o público.

Naquela época, a única maneira para se atingir um grande público era através do rádio e da televisão, dessa forma, o *jabá* impossibilitava que pequenos artistas e iniciantes tivessem uma divulgação maior do seu trabalho em nível regional e principalmente nacional.

André Midani, produtor musical, afirma que o *jabá* é uma forma de corrupção e que ele existe desde o século 19.

Havia um grande terreno de ensaio dos novos tenores e sopranos que estavam para ser descobertos, em Marselha, na França. Lá, os empresários de novos

---

<sup>1</sup> Dado coletado em seminário ministrado pelo empresário Rafael Ramos, da gravadora Deck Disc, no I Fórum Internacional de Formação de Profissionais do Setor de Entretenimento.

talentos da época compravam 50, 80, cem lugares dos teatros e davam de graça para as pessoas aplaudirem muito. Era uma forma de *jabá*. (MIDANI)<sup>2</sup>

Porém, o sistema como conhecemos hoje, do pagar para tocar, teve início no Brasil na década de 70 em um movimento onde os programadores das rádios de São Paulo e Rio de Janeiro exigiram que “se reconhecessem seus méritos”. Aqueles empresários que não participaram do movimento tiveram as músicas de seus artistas retiradas da programação. Eles se viram obrigados a contribuir com o sistema que estava se instalando ou não conseguiriam divulgar seus artistas e fazer com que eles alcançassem uma carreira.

O início da prática do *jabá* se deu porque

os funcionários de rádio não ganhavam e não ganham muito dinheiro. São salários modestos. Então no início o disc-jóquei encontrou nessa manobra um meio de ganhar um pouco mais. Isso foi cegamente apadrinhado pelos donos das rádios. Eles ficavam contentes, pois não tinham que aumentar os salários. Começaram a fechar os olhos, porque era conveniente para eles. Mas, na medida em que a soma de dinheiro foi ficando maior, os donos começaram a pensar: "Mas e eu nessa história?".

Então houve decisões, por certos donos de rádio, de dizer: "Tudo bem, mas o dinheiro é meu". Entraram em contato com as companhias de disco e disseram: "A partir de agora quem manda na programação da rádio não é meu programador ou meu disc-jóquei. Sou eu". Passaram acordos que, no início pelo menos, foram acordos comerciais. (Idem)

A partir desse momento pode-se começar a contestar a qualidade das músicas tocadas nas rádios. Antes, quem exercia o filtro do que deveria ser tocado na programação era genuinamente o público. Este, através de cartas ou telefonemas, indicava qual era a música que queria ouvir, qual gostava entre de uma extensa lista de opções de música que eram tocadas pelos DJs de artistas que enviavam suas gravações para as rádios ou que eram fruto do conhecimento do programador.

Até então, os filtros que eram estabelecidos era o entendimento musical do DJ e as respostas da audiência. Qualquer artista podia levar sua gravação para o programador, independente se tinha contrato com gravadora ou não. Quando o *jabá* se instala a lista de opções é reduzida.

O público continua indicando suas músicas favoritas, mas de uma lista já pré-selecionada por um acordo comercial e não pelo caráter exclusivamente musical.

---

<sup>2</sup> Em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33266.shtml>> Acessado em: 9 agosto

No período antes do surgimento da internet, e ainda hoje, as gravadoras passaram a fazer o papel do filtro da qualidade musical, selecionando o que seria veiculado e o que não seria na mão de poucos. A maioria dos artistas, que não possui contrato com as mesmas, estava automaticamente fora dessa pré-seleção, não podendo ser submetidos à aprovação do público devido a uma relação comercial existente.

Existiam alguns donos de rádio que se preocupavam com a qualidade da música, como conta Midani, o Tutinha da Joven Pan só assinava contrato com os artistas dos discos que ele gostasse.

O *jabá*, que não existe apenas no Brasil, é uma prática que acontece mundialmente, porém nunca houve regras entre os participantes sobre como o sistema iria funcionar e assim, no Brasil, as gravadoras perderam o controle se isso estaria funcionando. Pagavam e não tinham como controlar se a música seria tocada conforme o combinado.

Midani cita como contraste a essa situação o México, onde ou o “jabazeiro” toca o combinado, exemplo; cinco vezes a música por dia, ou o empresário toma providências para a retirada do programador do circuito por descumprir o acordo.

Com a compra das companhias de disco e seus conglomerados por investidores que tinham ações no mercado financeiro de Wall Street, a prática do *jabá* se expandiu e fortaleceu de maneira vertiginosa.

A indústria fonográfica, que era talvez uma indústria de relações públicas, de imagem, passou a ser um centro de lucro completo.

Na medida em que o mercado de Wall Street começou a encurtar os prazos, os investidores começaram a ficar mais sedentos. Isso impossibilitou aos presidentes dos conglomerados de terem políticas de compaixão com seus negócios. Cada vez Wall Street foi mais nervosa quanto aos resultados semestrais, depois trimestrais, depois mensais. Se deu uma variação, por pequena que fosse, as ações já ficavam nervosas. Dali então foi: "Dá lucro! E já!". Na medida que isso foi penetrando na indústria fonográfica se instalou uma pressão sobre os dirigentes locais, daqui e do resto do mundo, cada vez mais feroz. (Idem)

Somando-se a este fator, uma crise criativa no final da década de 80 fez com que houvesse uma escassez no surgimento de novos artistas dando oportunidade para o aparecimento de um novo tipo de executivo no mercado musical.

Através de músicas pré-fabricadas para fazer sucesso, o executivo “fazia” o artista. Escolhia a pessoa que tinha potencial para se tornar famosa, suas músicas, como gravar e até a maneira de se vestir e se comportar, em seguida realizava forte

investimento em publicidade e marketing para o artista se tornar extremamente conhecido. Surgiam assim os artistas fabricados.

O valor investido em *jabá* nessa época para lançar uma canção no rádio brasileiro, quando um dólar correspondia a um real, era de 80 mil a 100 mil reais, enquanto nos EUA a ajuda promocional era de 360 mil dólares. A forma de realização do pagamento também foi sofrendo alterações, em vez de apenas dinheiro passaram a ser acordados também drogas, prostitutas e troca de favores.<sup>3</sup>

Com o passar dos anos, muitos debates foram gerados em torno do sistema corrupto que havia se instaurado. Podemos destacar os três mais polêmicos dos últimos anos a seguir.

O primeiro se deu em cima da ciência do artista em relação aos acordos realizados com a sua música. Na tentativa de passar uma boa imagem à mídia e de se afirmar como um artista legítimo da audiência, muitos artistas negavam em entrevistas que suas músicas tivessem algum vínculo com o sistema de “pague para tocar”.

Pode-se perceber que o artista sempre soube do pagamento, tendo em vista que o dinheiro sai da gravadora ou do empresário do mesmo. O que ele pode como diz Midani, é não querer interferir nas negociações e nos acordos já que não é da sua competência.

A segunda discussão gira em torno da eficácia do *jabá* atualmente e do equilíbrio entre as demandas da audiência e o que é forçado a ser tocado pelas gravadoras para o público.

O *jabá* também não tem essa eficiência que as pessoas atribuem. Tem que ter uma grana tão monstruosa para ter um resultado tão pifiozinho... Se ele começa a levar dinheiro de qualquer coisa e botar qualquer porcaria na rádio dele, ele perde a audiência e perde o *jabá*. Então, tem esse equilíbrio. (MOTTA, p. 10)

Midani complementa:

Vamos supor que nos idos de 70 a situação fosse como é hoje. Eu teria botado *jabá* em cima de Caetano, Gil, Chico, desse pessoal todo. E todo mundo teria aplaudido, porque valia a pena. Começa a ficar pior quando você faz uma outra viagem: pega um artista que não tenha nenhuma qualidade que não seja a de ser bonitinho, empurra uma meia dúzia de canções feitas por quilo, e depois coloca dinheiro por cima. Tudo depende do que você faz com

---

<sup>3</sup> Informação disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33266.shtml>>.

o jabá. Se for colocar o famoso jabá em cima do que poderíamos chamar uma causa nobre, graças a Deus poder convencer essas pessoas de tocar uma coisa que é boa. (MIDANI)<sup>4</sup>

Apesar de tudo, há a necessidade de priorizar os desejos da audiência para que esta não diminua e ocorra a perda das receitas provindas da propaganda, que são tão ou mais importantes quanto a verba provinda do *jabá*.

O terceiro e mais recente debate é sobre a criminalização da prática do *jabá*. Para os artistas menos expressivos, que não podem se incluir no sistema, essa lei seria uma oportunidade para que esses pudessem se inserir na programação ou pelo menos competir para isso.

Já para os artistas que estão inseridos nessa política há dois lados, um contra e outro a favor da lei. Aquele, pois favorece o artista a continuar tocando nas rádios sem maiores esforços, e esse, Midani explica que

se você paga jabá e não tem recibo você não pode deduzir essa despesa do seu Imposto de Renda. Não pode entrar como despesa operacional. Hoje o meio radiofônico e o meio fonográfico estão cheios de subterfúgios para isso. Se você comprovar que esse dinheiro não foi usado para isso, mas para jabá, não acontece nada, porque não existe uma lei que diga que subornar é contra a lei e dá cana. Não se tem nem esse elemento. Quando comecei a trabalhar nos Estados Unidos, a primeira coisa que recebi em minha mesa foi o chamado livro branco. Eram diretrizes de como se deve comportar com ética, e eu tinha que assinar que na minha gerência nenhum país que estava ligado a mim em nenhum momento ia fazer práticas de suborno. Lá é lei. (Idem)

## 2.1. Alterações no mercado musical a partir do surgimento das tecnologias da informação

A partir da década de 90 começaram a surgir novas tecnologias que baratearam e deram acesso a gravação de músicas em casa ou em pequenos estúdios (*home-studios*). Concomitantemente houve a popularização dos computadores pessoais, do uso do formato *mp3*<sup>5</sup> e da internet, que possibilitaram os artistas gravassem e distribuíssem suas músicas de forma independente, sem interferência das gravadoras.

---

<sup>4</sup> Em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33266.shtml>> Acessado em: 9 agosto 2011

<sup>5</sup> *mp3* é a abreviação para MPEG-1 Layer 3, um formato de arquivo de música compactado desenvolvido na década de 80, que não há perda de qualidade, ou com perdas imperceptíveis, durante o

O custo da produção de um CD foi reduzido e o resultado possui uma qualidade compatível as gravações realizadas pelas gravadoras, já que a tecnologia é praticamente a mesma. “Hoje é possível construir cabines, com isolamento acústico, um bom microfone, tratar o ambiente minimamente, ter os *plugins* de efeitos para a edição” (GOG).

Com o crescimento do número de pessoas com acesso a internet, o surgimento de novas mídias, a adoção dos novos formatos, a facilidade e baixo custo de distribuição do produto musical através desse meio, as relações entre artista, mercado e público mudaram significativamente.

Começou a ocorrer uma inversão no modo como a cadeia produtiva da música funcionava que, para alguns, ajudou a criar uma crise na indústria fonográfica, devido a conseqüente queda na quantidade de vendas de CDs e a necessidade da empresa se reformular para poder continuar no mercado.

As gravadoras, percebendo os rumos que seus negócios estavam seguindo, culpavam o download gratuito de *mp3* e a troca de arquivos entre os computadores pessoais (P2P)<sup>6</sup> como os responsáveis pela crise e, por isso, tentaram combater a qualquer custo o avanço do novo formato e da prática de troca de arquivos musicais pela internet.

O público passou a poder baixar suas músicas preferidas na internet para os seus computadores sem custo, que culminou no hábito de fazer o download da internet dos CDs ao invés de comprá-los. O resultado foi a queda na quantidade de venda de CDs, o principal produto da indústria fonográfica e com isso, o faturamento das mesmas passou a cair gradualmente levando a demissões, dívidas e diminuição no catálogo de artistas contratados.

---

processo de compactação do áudio. O tamanho do arquivo mp3 chega a ter 10% do tamanho do arquivo original ocupando pouco espaço para seu armazenamento e possibilitando uma rápida transferência virtual. Esse motivo foi o que possibilitou a popularização do formato.

<sup>6</sup> Peer-to-Peer, em português, ponto a ponto, ou seja, de pessoa para pessoa. Esse termo caracteriza uma rede de computadores descentralizada onde cada computador pode efetuar tanto a função de servidor (enviando dados) quanto a função de cliente (recebendo dados). Essa tecnologia revolucionou o sistema de compartilhamento de arquivos entre usuários uma vez que não era mais necessário um computador central que arquivasse todos os arquivos que iriam ser distribuídos. Foi justamente pela existência de um servidor central e ausência de rede P2P que o Napster perdeu o processo na justiça, como será explicitado a seguir.

A indústria fonográfica não conseguiu absorver as novas tendências e enxergaram as necessidades de readequar ou criar novos modelos de negócios a tempo. Ao contrário, preferiu tentar combater o download gratuito que já ganhava adeptos não só de uma geração de consumidores, mas também de artistas que aproveitavam das novas ferramentas.

O episódio mais marcante foi o processo judicial das gravadoras dos EUA contra o programa de compartilhamento de arquivos Napster.

O programa teve sua primeira versão disponibilizada na internet em 1999, com o objetivo de facilitar o compartilhamento de músicas entre usuários que naquela época exigia o domínio de muitas ferramentas tecnológicas. A difusão do Napster foi muito acelerada. Em janeiro de 2001 obteve o auge de 8 milhões de usuários conectados trocando diariamente um volume estimado de 20 milhões de canções.

No próprio ano de 1999 o programa começou a sofrer uma série de processos judiciais principalmente da RIAA - *Recording Industry Association of America* e de artistas que sentiram seus direitos autorais violados como a banda Metallica e a cantora Madonna.

O motivo para o processo contra a empresa, alegado pela RIAA, foi a violação da Lei de Copyright, já que as gravadoras não recebiam o valor correspondente a sua parte de direitos autorais pelo download, e implicitamente a queda da venda dos produtos.

O Napster tentou alegar em sua defesa que os arquivos compartilhados eram pessoais e estavam guardados em máquinas particulares, já que quando você baixa uma música usando o programa, ela vem da máquina de outra pessoa, e assim a empresa não era responsável por eles. Em 2001 o programa foi desativado, porém novos programas que realizavam as mesmas funções surgiram no mesmo ano: Kazaa, Morpheus e Audiogalaxy são alguns exemplos.

O produtor musical Nelson Motta morava nos EUA quando ocorreu o surgimento da Napster e toda a revolução tecnológica que ele causou.

[..] Acompanhei a guerra das gravadoras americanas com o Napster, com tudo. Acompanhei aquilo indignado, enfurecido. Porque se essa associação das gravadoras americanas, a RIAA, tivesse poder e *lobby* para isso, eles teriam conseguido parar a evolução da tecnologia da informação para proteger o deles. Era um nível de mafiosos, de bandidos, uma formação de quadrilha. E eles se deram mal porque trataram todas as trocas de arquivos como piratas, como bandidas. Para todos os garotos que eram aliados deles, na época, as gravadoras davam fitinha cassete, em todas as universidades,

para copiar, distribuir, que era o que fazia sucesso. Aí, o cara dar a fita para o amigo copiar é legal, mas o cara mandar a mesma música por e-mail é pirata, bandido, ladrão. É uma estupidez enorme. Então, resultado: eles perderam dois, três anos. Podiam ter feito um acordo com o Napster, ter um catálogo, um *mailing list* de 70 milhões de nomes, sabendo que o cara gosta de reggae. Aquele é preto, de 25 anos, gosta de rock; aquele é branco, 17 anos, gosta de *High School Musical*. Eles atrasaram loucamente esse processo, que desde o início se via que seria inevitável. (MOTTA, p. 8)

Outra ação das gravadoras, tendo a EMI como pioneira, para conter a cópia digital e o download ilegal de arquivos foi a criação do DRM – Digital Rights Management que, traduzido, significa Gerenciamento de Direitos Digitais. Um conjunto de tecnologias implantadas em arquivos de computador para impedir que o usuário faça cópias do conteúdo. Ele pode ser utilizado tanto em músicas ou filmes digitais quanto em discos como CDs ou DVDs.

Na prática, o DRM restringe o uso do arquivo pelo consumidor como, por exemplo, impossibilita que o usuário copie a música comprada para seu aparelho portátil após um número pré-determinado de vezes; ou a faixa pode ser bloqueada após certo número de audições; a qualidade pode ser reduzida quando transferida para outro computador.

Motta dá sua opinião sobre a ação:

Aquelas coisas ridículas que a EMI fez, que lançou uns discos, no Brasil, com uma marca para não piratear. Você não podia botar no seu iPod. Então, o cara que compra o pirata é mais beneficiado que você. Você paga, você é honesto, e você é castigado. Quer dizer, estupidez é pouco para essa gente. A indústria do disco fez erros clamorosos na condução disso. (Idem)

Tom Morello, da banda Rage Against The Machine, é um exemplo contra esse tipo de ação. Quando a Sony Music utilizou o Digital Millennium Copyright Act (DMCA), para bloquear usuários que compartilhavam faixas do álbum *Renegades* por meio do Napster, Morello declarou-se ofendido com a decisão da sua gravadora e disponibilizou outras faixas em mp3 para download no site da banda.

Um fator interessante no download e no compartilhamento de arquivos é que o bem virtual não se esgota, mas ao contrário, multiplica. Um indivíduo ao enviar o arquivo para outra pessoa não perde seu exemplar da música, ele continua sendo seu, apesar de agora também ser do outro.

Com isso, o artista atinge um número muito maior de ouvintes do que se cobrasse pelo download. Não existe mais o custo monetário para uma pessoa ouvir a música, e como o arquivo lhe pertence, está armazenado no seu computador sendo facilmente acessível, ela pode ouvir quantas vezes desejar antes de criar uma opinião definitiva sobre o artista.

Também não há mais a limitação do espaço-tempo e do acaso. A pessoa não precisa mais estar subordinada a um horário e sintonizada em uma rádio específica para ser impactada pela música. Ela pode fazer isso no momento em que lhe for mais oportuno e com a possibilidade de repetir a canção.

Outra flexibilização foram os MP3 Players que possibilitaram ao consumidor criar sua própria biblioteca musical particular, adequada ao gosto individual de cada um e móvel. Depois das iniciativas do *Walkman* e do *Discman* de começarem um processo de substituírem as rádios, o MP3 player veio cumprir essa função em definitivo já que permite uma variedade de músicas com qualidade e sem intervalos comerciais.

Enquanto de um lado havia artistas e gravadoras brigando contra a prática do download, de outro surgia uma gama de artistas que se aproveitaram da situação e passaram a criar novos modelos de negócios e alternativas para usufruírem da melhor maneira as possibilidades que as novas tecnologias podiam oferecer a seu favor.

Todo esse processo gerou um aumento na quantidade de artistas de diferentes estilos musicais ofertados ao público, artistas que antes não poderiam expor seu trabalho, agora possuem essa oportunidade. Futuramente, isso gerou outro questionamento a respeito da qualidade musical dos artistas que vinham surgindo da internet.

Não existe mais um pré-filtro do que pode ser disponibilizado ou não, literalmente, qualquer pessoa pode disponibilizar seu trabalho na internet e divulgá-lo. O que passou a ter mais importância foi o pós-filtro, o público, que decide se aquele material é bom ou não. “Hoje, se você fizer uma coisa muito caprichada, você tem a possibilidade de atingir um grande público. E, às vezes, uma coisa tosca também é viável. É questão de cair no agrado do público.” (CALANCA, p.5)

Vivemos em um cenário onde a tecnologia “facilitou para todo mundo. Da noite para o dia, você pode ser uma revelação. Ou então você vai ficar lá perdido, na poeira cósmica da internet. Porque tem muita coisa mesmo. Não dá para você absorver tudo.” (Ibidem, p.4)

Ao mesmo tempo em que existe mais possibilidade de se tornar conhecido, para se manter uma carreira atualmente é exigido mais trabalho e dedicação por parte dos artistas.

Melina Hickson, produtora musical e diretora da Porto Musical, acredita que

[...] realmente é muito fácil gravar e divulgar seu disco hoje. Você faz tudo isso no seu computador. Mas é mais complicado se sustentar. No entanto, já existe um mercado e, dependendo das expectativas de cada grupo, ele consegue se sustentar. É um mercado que é para muitos. Na época do Midani, era um mercado para poucos. Havia dinheiro demais para poucos. Hoje, cada um tem que encontrar o seu caminho. [...] as experiências são distintas e não definitivas. Cada artista, dentro da sua trajetória, vai se encaixar em um modelinho desses. Vai descobrir o melhor para ele. (HICKSON, p.3)

Motta avalia a questão entre fazer sucesso e construir uma carreira tanto na época das gravadoras quanto na era da internet.

O sucesso muitas vezes depende de fatores fortuitos. Têm muitos sucessos que aconteceram na época que aparentemente não tinham motivo nenhum. Fez aquele sucesso e acabou, nunca mais voltou à vitrine. São incontáveis casos desses. E outros que construíram uma carreira. E muitos até que nunca fizeram grandes sucessos e construíram uma carreira. A carreira é um sucesso que não é feito de pequenos sucessos individuais. Hoje há muito mais possibilidades de você desenvolver uma carreira. Primeiro, porque você tem uma possibilidade de gravação acessível, barata. Antigamente, só as gravadoras tinham estúdio. Nem se você tivesse dinheiro, você podia alugar um estúdio. Hoje em dia, não tem estúdio nem para alugar. Então, hoje em dia, você faz um estúdio no banheiro da sua casa, e faz como Ed Motta, como Max de Castro: grava todos os instrumentos do seu disco, canta, dança, representa, produz sozinho, em casa. Isso é uma possibilidade maravilhosa para um músico de talento. Às vezes, eu penso: “Meu Deus! Imagina se o Tom Jobim, com 22 anos, tivesse tudo isso à disposição dele, com o talento dele”. (MOTTA, p.9)

Por outro lado, o público passou a ter mais acesso e opções diversificadas do que ouvir, se beneficiando com os baixos custos de produção e a diminuição do preço dos CDs, das músicas e muitas vezes do acesso gratuito.

Programas para compartilhamento de arquivos, sites que permitiam os usuários disponibilizar músicas e vídeos para ouvir online, como o MySpace e o YouTube, e os sites de redes sociais virtuais como, Fotolog, Orkut e Facebook facilitaram e reduziram a custo, financeiro, praticamente zero a divulgação de seus trabalhos e permitiram que qualquer artista tivesse seu material disponibilizado a nível mundial e fossem reconhecidos.

O BNegão [...] disponibilizou as músicas dele logo no início, quando quase ninguém queria disponibilizar. Na primeira viagem dele à Europa, na França, quando chegou a hora do show, o quartirão dando voltas, o BNegão perguntou: “Quem vai cantar comigo aí? Não estou entendendo esse monte de gente”. Só ele ia cantar. E o povo cantou as músicas de ponta a ponta, e não havia um disco dele na Europa. (GOG, p.9)

A internet também possibilitou uma aproximação maior do artista com seu público. Houve a quebra do distanciamento e o enfraquecimento da visão do artista como ídolo, da pessoa inatingível. Através das redes sociais, o artista mantém um contato direto com seu público, uma relação mais próxima, onde ambos os lados ganham, tendo a possibilidade de obter um *feedback* mais rápido do seu trabalho e melhorar sua carreira.

Com a crise do modelo de negócios das gravadoras e a queda na venda de CDs os artistas começaram a buscar alternativas para manterem suas carreiras lucrativas e sustentáveis.

O CD em formato físico não deixou de ser fabricado, mas adquiriu um caráter de artigo de colecionador porque, atualmente, quem o compra é realmente fã do artista. Como alternativa e tentativa de adequação ao novo mercado o CD começou a ser vendido em formato digital, para download. Houve dois momentos importantes nesse processo: a criação da iTunes Store e o lançamento do CD do Radiohead, *In Rainbows*.

Com a repercussão do Napster, a Apple enxergou uma oportunidade de negócios, a venda de música em formato digital. Em 2003 foi criada então a iTunes Music Store, atualmente conhecida como iTunes Store, que vendia faixas de músicas, ou o álbum completo, a preços abaixo do vendido pelas gravadoras.

As primeiras interfaces da iTunes exibiam uma grande semelhança com a interface do Napster, o que ajudou na disseminação e adaptação dos usuários na nova forma de consumir música que não violava os direitos autorais dos artistas e das gravadoras.

Porém na época, o principal objetivo da Apple era a venda de seu MP3 Player, o iPod. Quem comprava música pelo iTunes conseguia transferir seus arquivos facilmente para o iPod. Em 2010 a Apple alcançou o recorde de 10 bilhões de downloads de músicas, consolidando a lucrativa inovação da empresa.

Outra iniciativa para modificar a venda de CDs partiu da banda inglesa Radiohead. *In Rainbows*, o novo álbum da banda foi disponibilizado na internet para

download pelo preço que o fã achasse que valeria o conteúdo do CD. Sem exigência de preço mínimo ou máximo, o internauta ia até o site da banda e fazia o download do CD pelo preço que quisesse, podendo até ser adquirido gratuitamente. Segundo relatos posteriores da banda para a revista Rolling Stone, a quantidade vendida do CD com esta modalidade foi maior do que do CD anterior, lançado tradicionalmente com um preço fixo.

No Brasil, esse modelo lançado pelo foi implementado por alguns artistas. O Rapper GOG descreve sua experiência com o formato e acrescenta sobre a importância de estar mais próximo do público.

Completo agora dez discos, dezenas de participações e todas as minhas obras foram liberadas para download gratuito. As pessoas contribuem com o quanto acham que merece o trabalho. Se a gente não coloca à prova das pessoas, a gente nunca vai saber realmente o que a gente está fazendo. É tipo um modem: você manda um sinal de cá, tem que ter um sinal de lá. A nova tecnologia dá possibilidade de você ter esse sinal, daí o artista precisa de sensibilidade para perceber. As minhas músicas tiveram mais de 400 mil downloads, com uma média de 13% de downloads pagos. Tivemos contribuição de R\$ 1,00 por meio do boleto – a pessoa foi lá, imprimiu o boleto, pegou a fila de banco e pagou R\$ 1,00. [...] Tem pessoas que pegam, baixam uma música e escrevem para mim por e-mail: “GOG, estou ouvindo as suas músicas, cara. Adorei. Eu estou meio de consciência pesada. Não fui ao banco ainda, mas vou, irmão. Tendo tempo, eu vou lá”. Já tem outros que falam: “GOG, estou apertado esse mês”. [...] E você vê essa interação, esse diálogo, o tanto que é importante. O artista que trabalha com o povo, que trabalha com a diversidade cultural, não pode estar distante do público. Tem que saber disso, ter esse detector, essa sensibilidade. Mas e a mídia física, o CD e o DVD? As pessoas continuam comprando. Por quê? Dentro do meu público, existem várias tendências: pessoas que vão baixar a minha música, que não vão fazer a contribuição, não vão comprar o CD, mas que vão chegar em uma roda de amigos e falar: “Meu irmão, você já ouviu GOG, velho?” [...] O cara vai e baixa, vai para o show, divulga para outro. Isso é um novo mercado. Será que eu estou perdendo ao liberar a minha obra? (Ibidem, p.7)

Não havia mais o faturamento direto com a venda de CDs ou faixas de música, mas foi a partir da distribuição dessas pelo download gratuito que puderam alcançar mais público e assim ganhar dinheiro através de shows, venda de artigos promocionais, propaganda, inserção em trilhas sonoras e outros.

Dentro desse cenário, os shows se tornaram a principal fonte de renda e visibilidade para os artistas que tentam fazer sucesso nessa nova fase do mercado musical. Além dos shows individuais, no qual o artista é a principal e, às vezes, única atração, uma boa forma de atrair a atenção do público, de novos produtores e formadores de opiniões é através dos festivais de música.

## 2.2. Festivais de música

Um festival, por definição, é uma série de espetáculos artísticos, uma grande manifestação cultural. Ou seja, tecnicamente precisa acontecer uma série de shows de artistas diferentes em seguida para que seja considerado um festival.

Normalmente acontecem anualmente em espaços públicos, com uma infraestrutura capaz de atender as necessidades básicas dos artistas e do público como: banheiros, praça de alimentação, área de descanso, segurança e posto médico.

Existem vários tipos de festivais, as principais categorias são: beneficentes (Live Aid), contestação social ou política (Woodstock), premiação (Festival de MPB), patrocinados (Rock in Rio) e independentes (Abril pro Rock). As categorias não são exclusivas e um festival pode abrigar mais de uma delas.

Os shows de festivais são extremamente importantes para o reconhecimento do artista, porque possuem grande visibilidade e permitem maior relacionamento dos artistas no meio musical, abrindo novas oportunidades para a banda ou músico. Os festivais são também, por tradição, locais que revelam novos artistas.

A idéia dos festivais começou com o Jazz, o gênero nasceu no início do século XX na cidade de New Orleans nos EUA, a partir das influências da música afro-americana. O estilo seria a base para o desenvolvimento dos gêneros R&B (Rhythm and Blues), Rock'n'Roll e Rap.

Em 1954 foi realizado o primeiro festival de Jazz, o Newport Jazz Festival, (Rhode Island/EUA), dando início a uma série de festivais que seriam realizados a partir de então.

Podemos citar os principais deles:

1958 – Monterey Jazz Festival (Califórnia/EUA)

1961 – Leeds Festival (Leeds/Inglaterra)

1967 – Monterey International Pop Music (Califórnia/EUA)

1967 – Montreux Jazz Festival (Montreux/Suíça)

1968 – Isle of Wight (Isle of Wight/Inglaterra)

1969 – Woodstock (Bethel/EUA)

1970 – Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts (Pilton/Inglaterra)

1971 – Roskilde (Roskilde/Dinamarca)

1980 – CMJ Music Marathon & Film Festival (Nova Iorque/EUA)

1985 – Rock in Rio (Rio de Janeiro/Brasil)

1991 – Lollapalooza (Chicago/EUA)

1993 – Coachella Valley Music and Arts Festival (Califórnia/EUA)

No Brasil, os primeiros festivais de músicas foram realizados pelas emissoras de televisão na década de 60, uma idéia trazida da Itália em 1959. O primeiro foi o 1º Festival de Música Popular Brasileira, realizado pela TV Excelsior de São Paulo em 1965. Os primeiros festivais tinham caráter de premiação, onde vários compositores e intérpretes concorriam pelos primeiros lugares.

A atuação das emissoras de televisão é muito importante para o início dos festivais no Brasil. TV Excelsior, TV Record, TV Rio, TV Tupi e Rede Globo foram as responsáveis pela realização da maioria deles nas décadas de 60, 70 e 80. Festivais como o Festival de MPB e o FIC – Festival Internacional da Canção (1966) revelaram grandes compositores e interpretes da música popular brasileira como Elis Regina, Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Geraldo Vandré, entre outros.

A partir da década de 80, empresas começam a realizar seus próprios festivais e a patrocinar outros. Em 1985 acontece o primeiro Rock in Rio, um marco na produção de shows no Brasil.

A realização do Rock in Rio coloca o Brasil como um destino possível para os shows internacionais e faz-se perceber a necessidade de profissionalizar o mercado musical brasileiro, assim como adquirir novas tecnologias para eventos de música.

Na década de 90, além de mais uma edição do Rock in Rio, surgem outros festivais com a proposta de trazer artistas internacionais para o Brasil como o Hollywood Rock e o Free Jazz Festival, porém no início dos anos 2000 uma lei que proíbe a propaganda de marcas de cigarro faz com que ambos os festivais não possam mais acontecer.

Nos anos 2000 surgem o Tim Festival e o Festival Planeta Terra, este realizará sua 4ª edição em novembro de 2011, enquanto aquele teve sua última edição realizada em 2008 porque a operadora de celular Tim, que patrocinava o festival, optou por investir em outras formas de propaganda do que aplicar sua verba na realização do evento.

Pode-se perceber a fragilidade dos festivais que são realizados pelo patrocínio exclusivo de uma empresa. Em apenas 10 anos, três deles deixaram de ser realizados

devido à falta de patrocínio. E o Rock in Rio teve uma edição a cada 10 anos praticamente.

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. Nesse contexto ressalta-se a importância dos festivais independentes de música.

Em 1993, surge em Recife, o primeiro festival independente, o Abril Pro Rock, junto com o movimento do Mangue Beat. Seu sucesso foi o precursor para o surgimento de outros festivais como o Porão do Rock (DF), o MADA – Música Alimento da Alma (RN) e o Humaitá Pra Peixe (RJ). O pensamento dos produtores era que se o Abril pro Rock conseguiu potencializar a cena de Recife talvez outros festivais pudessem potencializar o cenário das suas cidades.

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.

Devido ao envolvimento com o desenvolvimento cultural local que os festivais se tornaram um dos principais catalisadores do novo cenário da música, fomentando a música independente, uma vez que a programação não contempla apenas os artistas locais, mas trazem outros de diferentes cidades e estados do Brasil.

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. (MALENA)<sup>7</sup>

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; incentiva a produção artística ao longo do ano; auxilia na formação de público; gera divulgação para o artista que se apresenta; e promove 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.

Além disso, a cidade que abriga o festival ganha visibilidade na mídia e passa a ser ponto de referência turística para outras épocas do ano além daquela em que o evento é realizado.

O Festival Abril Pro Rock surgiu em 1983. Na época, 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, p.3)

Para os artistas que se apresentam na programação, o festival é um ambiente de contato e novas experiências além de grande visibilidade local e até nacional. Ocorre divulgação nas mídias; presença de críticos e formadores de opinião no evento que podem gerar publicidade; contratação para outros shows ou festivais dependendo do desempenho no festival; contato com outros artistas e público; e até propostas para novos negócios.

---

<sup>7</sup> Em: <<http://selvasonora.wordpress.com/2010/05/23/qual-a-importancia-dos-festivais-de-musica-independente/>> Acessado em: 3 setembro 2011

A sustentabilidade financeira do festival é alcançada através de parcerias, patrocínios diretos, arrecadação por leis de incentivo a cultura, editais de cultura, apoio, permutas, renda arrecada com a bilheteria, ou seja, através da articulação do produtor com as empresas, comércios e incentivadores culturais local.

Atualmente, a programação, além de contemplar apenas os shows, agregou: temas, debates, palestras, workshops, projetos de formação de público, integração com outras artes, espaço de lazer, entre outros para aumentar o envolvimento do público com o festival e deixar legados no local para possibilitar o crescimento da cena e uma nova edição do festival.

### III

#### A Abrafin e seus desdobramentos

##### 3.1. Criação de redes sociais no cenário musical

Durante a revolução do cenário musical, a internet se tornou de fundamental importância não apenas como modo de distribuição do produto cultural para o público, mas também para aproximar e promover o diálogo entre os membros envolvidos na cadeia produtiva da música, sendo estes: produtores, artistas, fornecedores, críticos, público e formadores de opinião.

A partir das ferramentas tecnológicas disponibilizadas com a internet como programas de comunicação, softwares, sites de redes sociais e webcam, foi possível que uma pessoa compartilhe a mesma informação com mais de um indivíduo ao mesmo tempo com uma mensagem e em tempo real. Isso viabilizou um espaço para debates, a criação de grupos de discussão e interesses em comum, divulgação de oportunidades de trabalho e novidades, troca de tecnologias, indicações de artistas e fornecedores, ou seja, diferentes formas de utilização do novo meio de comunicação.

A rede também vai tornar a localização geográfica dos participantes do grupo menos importante, uma vez que a internet permite que a mensagem e seu conteúdo sejam os mesmos, independente do local onde o receptor e o emissor se encontram,

desde que tenham um aparelho que conecte a internet e o acesso à mesma através de linha telefônica, satélites e outros.

Hoje há essa possibilidade de você ter um grupo de amigos, de pessoas que estão interessadas em Michael Jackson, ou em jazz de Chet Baker. As pessoas hoje estão se unindo mais por afinidade do que por proximidade, ou nacionalidade, ou etnias, ou coisas estúpidas. Para as pessoas que gostam de heavy metal, tanto faz se o cara é búlgaro, baiano, paraguaio. Os caras gostam daquilo e pronto. Isso está juntando as pessoas. (MOTTA, p.9)

Através desse contato virtual, inicialmente, produtores de shows, festivais e de bandas puderam se articular e conhecer o trabalho um do outro, trocar experiências profissionais, conversarem, criar um elo de amizade ou parceria profissional e até promover um intercâmbio de campo, onde um produtor ia conhecer o trabalho do outro na sua cidade.

Ao mesmo tempo, os artistas também puderam ter mais acesso a produção independente nacional e até mundial, conhecendo o trabalho de outros artistas e tendo a possibilidade de entrar em contato com eles para também manterem uma comunicação, assim como ocorreu com os produtores.

Nesse processo ocorriam, e ainda acontecem, as “trocas de shows” entre os artistas independentes. Funcionava de modo que dois artistas A e B, que eram de cidades ou estados diferentes, se conheciam virtualmente. O Artista A articulava a realização de um show do Artista B na sua cidade e tentava facilitar sua vinda como: hospedando o Artista B na sua casa ou conseguindo locais mais baratos; locomovendo o artista dentro da cidade e outras coisas que pudessem ajudar a vinda daquele artista. O Artista B vinha e realizava seu show para um novo público, conquistando mais audiência para sua música.

Após o show, o Artista B fazia o mesmo pelo Artista A, conseguia um espaço para show na sua cidade e ajudava na vinda do Artista A, assim como foi feito com ele e ambos ganhavam com essa permuta, pois tocavam para novos públicos e faziam um show que sem o auxílio de outro artista não seria viável. Além dos shows, os artistas também ganhavam na relação de amizade e parceira entre eles.

Também houve um movimento mútuo de busca por novas parcerias e formas de trabalhar, os artistas buscavam os produtores para promover seu trabalho e os produtores buscavam novos artistas para diversificar e trazer novidades para seus shows.

Além dos artistas e produtores, o público também passou a se unir em torno de interesses mútuos, uma vez que as ferramentas estavam disponíveis para todos por igual. Esses passaram a realizar troca de arquivos P2P, ou seja, a trocar mp3 entre eles; indicação de novos artistas; procura por novas bandas não tão conhecidas que atendessem ao seu estilo musical; debates sobre música; e a buscar contato com seus artistas preferidos que agora estavam mais próximos através da internet.

Esse processo de união e criação de redes vai ser inovador em relação ao cenário anterior quando o movimento *punk underground* implementou na cadeia da música a filosofia do *do it yourself*<sup>8</sup>, em português, “faça você mesmo”, ou seja, a própria banda era responsável por todo o trabalho de divulgação, organização de shows, gravação, produção e marketing. Foi um movimento com influências anarquistas para tentar achar alternativas ao mercado musical dominante. Nesse período houve a intensa criação de Fanzines e selos de gravadoras independentes.

Com o tempo e após as mudanças causadas com o novo meio de comunicação surgiu outra tendência no meio independente, a do “vamos fazer juntos”, que poderia substituir ou competir com a filosofia anterior.

Essa nova vertente surgiu da percepção de que quando pessoas com talentos e habilidades distintas e complementares se unem, elas os potencializam, obtendo resultados mais significativos do que se fossem tentar realizar a mesma tarefa sozinhas. Isso se dá através da interação dos indivíduos de um grupo que trocam suas experiências, debatem seus problemas conjuntamente, lidam com as diferenças e reconhecem suas produções coletivas.

Na época era o famoso *do it yourself*, ou faça você mesmo. Hoje é o *do it together*, ou faça junto. Cooperative-se, colabore, faça parte de coletivos. Tudo isso que a gente está vivendo hoje é consequência do passado, uma evolução natural do mercado. A grande palavra é sustentabilidade. (HICKSON, p.3)

Nesse cenário de articulação virtual e real, se dá o surgimento da Abrafin – Associação Brasileira de Festivais Independentes.

---

<sup>8</sup> O termo Do It Yourself (DIY) começou a ser usado no âmbito cultural na década de 70 com o movimento Punk e a instauração dos seus princípios de autonomia e subversão da cultura dominante. Teve fortes relações com o anarquismo, questionando o monopólio das técnicas por especialistas e estimulando a capacidade das pessoas em aprender a realizar funções que elas julgam não ter preparo para tal.

Sua formação se deu com o auxílio da internet tendo em vista que esta permitiu que os produtores de festivais acessassem informações sobre outros festivais em todo o território nacional e além dele. Isso não seria possível de outra forma, já que a mídia de massa não reportava notícias sobre os festivais independentes em âmbito nacional e, raramente, em nível local.

Sobre essa dinâmica, Capilé explica que

os pequenos produtores, que até então ficavam isolados nas suas cidades, com a internet, começaram a se conectar de uma forma mais célere. Porque antes você tinha que mandar carta, você tinha que fazer interurbano que era caro, a passagem aérea era cara, então quando vem a internet começam a surgir as listas de discussão, vem o ICQ, o e-mail e isso faz com que as pessoas consigam visualizar nos outros iniciativas parecidas com o que eles estavam organizando localmente. (CAPILÉ)<sup>9</sup>

A criação da associação se pautou no interesse comum que os produtores de festivais locais tinham 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.

No início

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. (Idem)

Esse interesse só foi manifestado coletivamente devido à percepção do início da crise da indústria fonográfica e o questionamento do novo modelo de negócios que estaria se formando no meio, onde se acreditava que os festivais poderiam ser uma plataforma alternativa e complementar ao novo cenário da música independente.

De 1995 á 2005, esses festivais foram surgindo no Brasil inteiro como uma alternativa ao modelo anterior [monopólio das gravadoras no mercado

---

<sup>9</sup> Em entrevista concedida para este trabalho dia 25 de outubro de 2010 no Rio de Janeiro.

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. (Idem)

Porém não foi tão simples unir os produtores de festivais, algumas barreiras estiveram presentes devido ao hábito já formado pelo modo de produção até então, como afirma Capilé:

[...] existe um hábito cultural do individualismo que é difícil as pessoas romperem para começar a trabalharem em conjunto.

O que sempre pautou a música brasileira foi o “Do It yourself” pra você mudar pro “Do It Together” não é fácil. Então a cultura do associativismo foi a grande barreira, você conseguir fazer com que as pessoas entendessem de fato que até pra você ser egoísta você tinha que trabalhar coletivamente. Não dava mais pra se manter naquele modis operandis anterior que era você e você mesmo, Do It yourself. 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. (Idem)

Apesar de inédita no Brasil, outra Associação em defesa dos interesses de festivais de música pode ser encontrada na Europa. Criado em 1998, o Yourope – The European Festival Association, traduzindo, Associação dos Festivais Europeus, é uma associação de festivais europeus que busca o desenvolvimento dos festivais na região.

Através do Yourope o associado pode: se aproximar e manter contato com outros festivais; conseguir convites para eventos especiais de música; participar de seminários, workshops e painéis que discutam problemas da área; preservar a qualidade do festival através da adoção de padrões mínimos para a realização dos mesmos; fazer parte de programas especiais como o ETEP – European Talent Exchange Program, que dá suporte à novos artistas da Europa; e a troca de know-how entre os produtores dos festivais, incentivado por uma área exclusiva dentro do site onde os associados compartilham informações sobre segurança, restrições, equipamentos técnicos, entre outros.

Os objetivos da associação são 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.

### 3.2. A Aбраfin

A Associação Brasileira de Festivais Independentes foi criada em dezembro de 2005 com o objetivo de

reunir, organizar e potencializar o circuito de festivais 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.<sup>10</sup>

Identificando a metáfora da rede do pescador discutida no capítulo I, no objeto de estudo podemos dizer que a Aбраfin é a rede, os nós representam os festivais de música independente e os fios são as relações estabelecidas entre os festivais. Em cada nó, teríamos outra rede, já que cada festival é composto de diversos agentes que participam ativamente da realização daquele. Portanto, a Aбраfin é uma rede social tecida por grupos.

A associação se formou com 16 festivais e até o início de 2010, 32 eventos do gênero estavam associados à entidade. Atualmente são 41 membros, descritos abaixo:

<b>Festival</b>	<b>Cidade / UF</b>	<b>Página social</b>
<b>Goyaz Festival</b>	Goiania / GO	<a href="http://www.goyazfestival.com.br">http://www.goyazfestival.com.br</a>
<b>Grito Rock</b>	América Latina	<a href="http://grito.rock.com.br">grito.rock.com.br</a>
<b>Psycho Carnival</b>	Curitiba / PR	<a href="http://www.psychocarnival.com.br">www.psychocarnival.com.br</a>
<b>Recbeat</b>	Recife / PE	<a href="http://recbeat.uol.com.br">recbeat.uol.com.br</a>
<b>Nova Consciência</b>	João Pessoa / PB	<a href="http://novaconsciencia.multiply.com/">http://novaconsciencia.multiply.com/</a>
<b>Abril Pró-rock</b>	Recife / PE	<a href="http://abrilprorock.info">abrilprorock.info</a>
<b>Primeiro Campeonato Mineiro de Surf</b>	Belo Horizonte / MG	<a href="http://www.aobra.com.br/campeonato">www.aobra.com.br/campeonato</a>
<b>Tendencies</b>	Palmas / TO	<a href="http://www.tendenciesrock.com.br">www.tendenciesrock.com.br</a>
<b>El mapa de todos</b>	Porto Alegre / RS	<a href="http://www.elmapadetodos.com.br">http://www.elmapadetodos.com.br</a>
<b>Bananada</b>	Goiania / GO	<a href="http://www.myspace.com/bananada">www.myspace.com/bananada</a>

<sup>10</sup> Em: <<http://www.abrafin.com.br/>>. Acessado em: 13 janeiro 2011

<b>ABC pró-HC</b>	ABC / SP	<a href="https://twitter.com/#!/abcprohc">https://twitter.com/#!/abcprohc</a>
<b>Escambo</b>	Sabará / MG	<a href="http://escambo.forceps.com.br">escambo.forceps.com.br</a>
<b>Quebramar</b>	Macapá / AP	<a href="http://festivalquebramar.blogspot.com">festivalquebramar.blogspot.com</a>
<b>Forcaos</b>	Fortaleza / CE	<a href="http://www.acr-rock.blogspot.com">http://www.acr-rock.blogspot.com</a>
<b>Caipirock</b>	Serrana / SP	<a href="http://parquimcecac.org/">http://parquimcecac.org/</a>
<b>GiG Rock</b>	Porto Alegre / RS	<a href="http://www.myspace.com/gigrock">http://www.myspace.com/gigrock</a>
<b>Feira de Fortaleza</b>	Fortaleza / CE	<a href="http://www.feiradamusica.com.br/">http://www.feiradamusica.com.br/</a>
<b>Cururu e Siriri</b>	Cuiabá / MT	
<b>PMW Rock Festival</b>	Palmas / TO	<a href="http://pmwrockfestival.blogspot.com">pmwrockfestival.blogspot.com</a>
<b>Casarão</b>	Porto Velho / RO	<a href="http://festivalcasarao.blogspot.com">festivalcasarao.blogspot.com</a>
<b>Contato</b>	São Carlos / SP	<a href="http://www.contato.ufscar.br/">www.contato.ufscar.br/</a>
<b>MIMO</b>	Olinda / PE	<a href="http://www.mimo.art.br/">www.mimo.art.br/</a>
<b>Vaca Amarela</b>	Goiânia / GO	<a href="http://www.fosforocultural.com.br/vaca/">http://www.fosforocultural.com.br/vaca/</a>
<b>Varadouro</b>	Rio Branco / AC	<a href="http://www.festivalvaradouro.art.br">www.festivalvaradouro.art.br</a>
<b>Cardápio Underground</b>	Bragança Paulista / SP	<a href="http://www.myspace.com/cardapiounderground">http://www.myspace.com/cardapiounderground</a>
<b>Big Bands</b>	Salvador / BA	<a href="http://festivalbigbands.blogspot.com">festivalbigbands.blogspot.com</a>
<b>Demosul</b>	Londrina / PR	<a href="http://demosul.blogspot.com/">demosul.blogspot.com/</a>
<b>Festival Goma</b>	Uberlândia / MG	<a href="http://gomamg.blogspot.com/">http://gomamg.blogspot.com/</a>
<b>Calango</b>	Cuiabá / MT	<a href="http://www.festivalcalango.com.br">www.festivalcalango.com.br</a>
<b>53 HC</b>	Belo Horizonte / MG	<a href="http://www.53hc.com">http://www.53hc.com</a>
<b>Se Rasgum</b>	Belém / PA	<a href="http://www.serasgum.com.br">www.serasgum.com.br</a>
<b>Do Sol</b>	Natal / RN	<a href="http://www.dosol.com.br">www.dosol.com.br</a>
<b>Goiania Noise</b>	Goiânia / GO	<a href="http://www.goianianoisefestival.com.br">www.goianianoisefestival.com.br</a>
<b>Release Alternativo</b>	Goiânia / GO	<a href="http://www.fosforocultural.com.br">http://www.fosforocultural.com.br</a>
<b>Consciência Hip Hop</b>	Cuiabá / MT	<a href="http://www.conscienciahiphop.blogspot.com/">www.conscienciahiphop.blogspot.com/</a>
<b>Ponto CE</b>	Fortaleza / CE	<a href="http://www.pontoce.com.br">www.pontoce.com.br</a>
<b>Mundo</b>	João Pessoa / PB	<a href="http://festivalmundo.com.br/">festivalmundo.com.br/</a>
<b>Mix Music</b>	São Paulo / SP	<a href="http://www.festivalmixmusic.com.br">www.festivalmixmusic.com.br</a>
<b>Goiaba Rock</b>	Inhumas / GO	<a href="http://goiabarock.blogspot.com">goiabarock.blogspot.com</a>
<b>Macondo Circus</b>	Santa Maria / RS	<a href="http://www.macondocircus.com">www.macondocircus.com</a>
<b>Evidente</b>	Rio de Janeiro / RJ	<a href="http://beta.matrizonline.com.br/">http://beta.matrizonline.com.br/</a>

Os membros são festivais das cinco regiões brasileiras, porém não existem festivais filiados de todos os estados do país como se pode perceber na tabela acima. Em conjunto atingem um público de pelo menos 400 mil pessoas ao ano, fazendo circular mais de 800 bandas entre nacionais e internacionais, movimentando, assim, uma quantia superior a cinco milhões de reais ao ano, gerando pelo menos três mil empregos fixos e temporários.<sup>11</sup>

Qualquer festival, independente do estilo musical que aborde ou composto por múltiplas linguagens, pode ser associado. Dentre os requisitos necessários para se filiar a entidade, alguns devem ser destacados e analisados. Primeiro, o festival precisa ter realizado no mínimo três edições em três anos consecutivos, como uma tentativa de garantir que após a inclusão, haverá a continuidade do festival, não sendo um espetáculo eventual que ingressou na associação e depois não deu continuidade. Por outro lado essa regra impede que novos festivais obtenham auxílio da Associação e com isso desenvolver melhor seu festival.

Em segundo lugar destacam-se os requisitos sobre as atrações de cada edição dos festivais: a) 75% dos artistas que se apresentarem no festival não podem estar ligados a nenhuma “major”, grandes conglomerados ou grandes grupos econômicos de entretenimento. Isso garante o caráter independente do festival; b) ter no mínimo 25% das atrações do festival de artistas locais, ou seja, do Estado onde o festival é realizado, desse modo incentiva-se e dá preferência a produção local; c) apenas 25% das atrações do festival podem ser internacionais e 75% das atrações devem ser artistas brasileiros, reafirmando que o festival é um espaço para a exibição de música brasileira.

No ano de 2010, segundo o último levantamento da entidade, das cerca de 800 bandas que participaram dos festivais ABRAFIN, 45% eram bandas locais, 9% bandas do estado, 40% do resto do país e 6% eram internacionais.<sup>12</sup>

Por último, devemos analisar o item do estatuto no qual consta que novos sócios só serão admitidos mediante a indicação de um sócio ativo e com o endosso de um sócio fundador e/ou dois membros da diretoria. Esse requisito dificulta a participação de novos festivais, principalmente os que não possuem contato com algum membro da

---

<sup>11</sup> Existem poucos dados estatísticos sobre a Associação e seus festivais, os mesmos foram disponibilizados para este trabalho pelo atual presidente da Abrafin a partir de um documento interno de apresentação da entidade.

<sup>12</sup> Informação obtida através de documento interno da Abrafin cedido por Talles Lopes em 23 de novembro de 2011.

Abrafin uma vez que necessitem de uma indicação de um membro e não existam festivais filiados em todos os estados brasileiros.

Contradizendo o estatuto, em entrevistas realizadas pelo atual presidente da Abrafin, consta que um festival pode se candidatar à filiação, mas esse procedimento não está explicado em nenhum informativo oficial da Abrafin ou em entrevistas informais.

### 3.3. Funcionamento interno

#### a) Diretoria

O quadro de diretores da associação é composto por: 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.

Os diretores são escolhidos em assembléia geral por maioria simples de votos, cada membro tem direito a um voto, e os cargos são válidos por dois anos podendo ser reeleito por mais dois anos. Desde sua criação em 2005, a associação trocou seu quadro de diretores pela primeira vez no ano de 2010, mesmo assim não houve um enfrentamento de chapas nas eleições da entidade. A sede da mesma, que estava localizada em Goiânia, com a mudança da presidência e das diretrizes políticas da entidade, foi transferida para São Paulo no mesmo ano.

Composição da diretoria da Abrafin nos biênios 2006/2007 e 2008/2009:

<b>Presidente</b>	<b>Fabício de Almeida Nobre</b>	<b>Goiânia Noise Festival e Festival Bananada</b>
<b>Vice-presidente</b>	Pablo Capilé	Festival Calango
<b>Tesouraria</b>	Leonardo Ribeiro Monteiro Belém	Goiânia Noise Festival
<b>Secretaria-geral</b>	Talles Lopes	Festival Jambolada
<b>Diretoria de Ação Política</b>	Daniel Zen	Festival Varadouro
<b>Diretoria de Ação Institucional</b>	Aluizer Malab	Festival Eletronika

<b>Diretoria de Comunicação</b>	Marielle Ramires	Festival Calango e Grito Rock
<b>Diretoria de Relações Internacionais</b>	Paulo André	Festival Abril Pro Rock

Composição da atual (biênio 2010/2011) diretoria da Abrafin:

<b>Presidente</b>	<b>Talles Lopes</b>	<b>Festival Goma/MG</b>
<b>Vice-presidente</b>	Ivan Ferraro	Feira da Música de Fortaleza/CE
<b>Tesouraria</b>	Ana Morena	Festival Do Sol/RN
<b>Secretaria-geral</b>	Karla Martins	Festival Varadouro
<b>Diretoria de Ação Política</b>	Fernando Rosa	El Mapa de Todos/RS
<b>Diretoria de Ação Institucional</b>	Ricardo Rodrigues	Festival Contato/SP
<b>Diretoria de Ação Social</b>	Paulo Ávila	Consciência Hip Hop/MT
<b>Diretoria de Comunicação</b>	Atílio Alencar	Festival Macondo Circus/RS
<b>Diretoria de Relações Internacionais</b>	Fabício Nobre	Bananada/GO

Apesar de existir uma diretoria na associação, na qual alguns membros fazem parte, não existe hierarquia entre os festivais associados, todos possuem direitos e deveres por igual. O grupo de diretores existe como forma de organizar e distribuir funções para o melhor funcionamento da entidade, garantindo, inclusive, a participação e interesse de todos os associados.

São funções da diretoria: estimular a publicação de materiais relativos às atividades dos associados; convocar reuniões; deliberar sobre os assuntos de interesse da entidade; estabelecer relações com entidades congêneres estrangeiras e nacionais; indicar substitutos para os Diretores em caso de desistência; promover atividades para os membros e propor em assembléia a extinção da associação.

#### b) Receitas

Cada membro associado realiza o pagamento de uma taxa de admissão e uma mensalidade. Através dessas contribuições financeiras, a Abrafin gera receita para movimentar a associação. Nenhum diretor recebe salário, as verbas conquistadas são para pagar as despesas com as partes burocrática e administrativa (contador, correio, impostos), o transporte e hospedagem da diretoria para eventos e a manutenção do escritório/sede.

Em Abril de 2011, o valor da mensalidade por festival era de R\$ 50,00 e o festival pode pagar sua anuidade em cota única, com 20% de desconto. Através do pagamento das mensalidades que o membro adquire o direito de participar das reuniões ativamente (direito de voto).

Além das receitas geradas através das taxas cobradas aos sócios, também pode obter recursos por doação, patrocínio, voluntariado, através da verba de propaganda em mídia especializada e parcerias como foi feito com a Trama Virtual e a marca de cerveja Sol em 2008/2009.

#### c) Ações para os membros

A associação garante através do seu estatuto a promoção de atividades sócio-culturais e educacionais ligadas às atividades do setor como cursos, seminários e conferências. Além disso, são realizadas três reuniões anuais com os produtores dos festivais.

Em pesquisa anônima feita através de formulário semi-aberto com alguns produtores de festivais filiados a Abrafin, constatou-se que 83,3% dos entrevistados participaram de todas as reuniões promovidas pela associação desde a filiação do festival, e apenas 16,7% disse ter faltado a apenas uma ou duas reuniões.

Através dessas reuniões que ocorre o início de um envolvimento maior entre os produtores. Após os encontros, a internet funciona como uma extensão dos mesmos e permite que as discussões continuem, como se pode perceber na resposta de um deles “[...] O contato vai além das reuniões pontuais, continua na lista de discussão e pessoalmente.” (Anexo)

A entidade não tem poder para interferir na curadoria dos festivais filiados ou na maneira como são geridos, sendo de total autonomia dos mesmos a melhor maneira para realização de seus festivais.

### 3.4. Influências

Como foi abordado no capítulo I, uma rede social é capaz de sofrer influências externas através de seus membros, permanecendo em constante mudanças. Podemos destacar dois movimentos culturais que influenciaram o desenvolvimento da Abrafin nos últimos anos: a Economia Solidária e o Fora do Eixo, que também possuem relações entre si.

Podemos considerar o Fora do Eixo como o principal agente influenciador e causador de mudanças da Abrafin, uma vez que parte dos membros da entidade também são fundadores do Fora do Eixo e o contato com a Economia Solidária dentro da Associação se deu através desses membros.

O Fora do Eixo é um movimento descentralizado que reúne 78 coletivos integrados e mais de 100 pontos parceiros no país. O movimento se formou com o intuito de fomentar a música local, mas gerando amplitude nacional e talvez global. O nome se deu pela atuação das atividades do movimento serem longe do “eixo dominante Rio/São Paulo”, mas também por ser uma forma alternativa para produção cultural na música, em contraste ao monopólio exercido pelas grandes gravadoras.

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)<sup>13</sup>

Devido às características do movimento de valorização do trabalho associativo é natural que este fosse engajado nas ações de Economia Solidária. Segundo o site do Ministério do Trabalho,

Economia Solidária é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver. Sem explorar os outros, sem querer levar vantagem, sem destruir o ambiente. Cooperando, fortalecendo o grupo, cada um pensando no bem de todos e no próprio bem.

A economia solidária vem se apresentando, nos últimos anos, como inovadora alternativa de geração de trabalho e renda e uma resposta a favor da inclusão social. Compreende uma diversidade de práticas econômicas e sociais organizadas sob a forma de cooperativas, associações, clubes de troca, empresas autogestionárias, redes de cooperação, entre outras, que realizam

---

<sup>13</sup> Em: <<http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/>> Acessado em: 29 abril 2011

atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças solidárias, trocas, comércio justo e consumo solidário.<sup>14</sup>

Em um ambiente competitivo onde predominam as leis de mercado capitalista, como era o mercado musical, é comum que os indivíduos tentem encontrar soluções econômicas para auxiliar no desenvolvimento e expansão de seus negócios. Essas soluções podem ser através de parcerias, apoios, patrocínio, empréstimo ou novas alternativas, como a economia solidária.

Alguns festivais participantes do Movimento Fora do Eixo e filiados a Abrafin possuíam uma ligação prévia com a prática da Economia Solidária, o Festival Calango de Cuiabá, realizado pelo Espaço Cubo, foi o pioneiro deles. A economia solidária nos festivais se manifestava através da presença de uma moeda solidária<sup>15</sup>, como o Cubo Card e o Goma Card; através de parcerias com cooperativas de trabalhadores com práticas de Economia Solidária, dentro dos festivais como a das cooperativas de catadores de lixos que normalmente fazem a limpeza de alguns festivais; processos de trocas e permutas com empresas e parceiros locais; inclusão de uma feira de artesanato dentro dos festivais composta por artesãos ligados a economia solidária como no Festival Contato em São Carlos/SP; e a realização de palestras e debates sobre o tema.

Após o contato com os festivais que realizavam praticas da Economia Solidária através da associação, outros festivais passaram a se inserir dentro desta nova forma econômica. Também houve a realização de uma parceria entre a Abrafin e a Secretaria Nacional de Economia Solidária, vinculada ao Ministério do Trabalho, inserindo a modalidade econômica dentro da associação como um todo e não apenas em ações dos festivais.

---

<sup>14</sup> Em: <[http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria\\_oque.asp](http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_oque.asp)>. Acessado em: 15 outubro 2010

<sup>15</sup> Moeda Solidária ou Moeda Social é uma prática da economia solidária que surge como alternativa ao escambo. Não é um sistema alternativo e sim complementar 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 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.

Em entrevista para este trabalho, 100% dos festivais que responderam ao questionário informaram realizar algum tipo de atividade que envolva economia solidária no seu festival.

### 3.5. Importância da Abrafin

A importância da Abrafin pode ser analisada por duas perspectivas diferentes que se complementam. A primeira do ponto de vista dos produtores associados, neste caso as ações da entidade irão influenciar diretamente a dinâmica dos festivais. A segunda sob a ótica dos outros membros da cadeia produtiva da música independente, ocorrendo reflexos das atividades da Abrafin.

Em relação à primeira, devemos lembrar que a Abrafin é uma entidade de classe, festivais independentes de música, e, por isso, congrega seus associados para juntarem experiências, promoverem reivindicações de acordo com as necessidades identificadas pelo grupo, porém respeitando os limites da experiência coletiva, e construindo plataformas para sustentabilidade e desenvolvimento do meio.

Nesse contexto, a associação ratifica sua importância a partir de suas atividades de defesa dos direitos dos festivais; busca de benefícios para o conjunto; movimenta a economia local através do turismo e geração de empregos; promove a união e integração de produtores; dá suporte aos festivais; busca por maior visibilidade para a organização e seus membros; inspira outros movimentos; e influencia o meio em que atua.

Assim, ações importantes foram realizadas pela associação nos últimos cinco anos com o objetivo de fortalecer a atividade de seus membros, podemos citar algumas como: a realização de um acordo de apoio, nos anos de 2008 e 2009, com a cervejaria Sol que beneficiou todos os festivais filiados; a parceria com veículos de comunicação como o “Trama Virtual”, que fez a cobertura dos festivais e produziu um documentário sobre a Abrafin no ano de 2008; e com a ARPUB – Associação de Rádios Públicas do Brasil, permitindo a transmissão de festivais via satélite e um boletim semanal nas rádios em território nacional; a negociação coletiva com fornecedores, como passagens aéreas; a criação e qualificação de espaços para debates, oficinas, palestras e workshops

sobre a música brasileira dentro dos festivais, auxiliando no processo de formação de público.

Deve-se ressaltar também a importância da Associação em promover o diálogo entre os produtores. Conforme discutido no capítulo I, 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).

Ao mesmo tempo em que estabelece parcerias e ações que valorizam diretamente os festivais associados, a entidade acabou por beneficiar outras partes da cadeia produtiva da música uma vez que suas ações refletiam na melhoria do cenário musical independente como um todo. As principais delas em relação à defesa e compromisso com a cena cultural local de cada festival e continuidade do trabalho, potencializando artistas independentes; e ao promover o maior entrosamento entre os artistas e produtores.

Em 2010, 95% dos festivais da Abrafin realizaram ações de formação e capacitação do público, artistas e produtores, como oficinas, debates e workshops. Essa ação demonstra o interesse nos processos de formação e qualificação dos cenários local e nacional. Essas atividades de formação são responsáveis pela circulação de vários profissionais pelas cidades, sendo um momento de troca, aprendizado e compartilhamento de conhecimentos entre os participantes.<sup>16</sup>

Podemos destacar algumas realizações importantes nesse aspecto: estimulou o patrocínio de empresas privadas como o “Conexão Vivo” e a “Oi Futuro” que, a partir de diálogos com a Abrafin, passaram a investir diretamente em festivais através de seus editais de cultura. Essa atividade permite que os festivais sejam vistos como um espaço de valor agregado, favorável ao patrocinador, com ótima possibilidade de retorno do investimento; e a articulação da entidade com o poder público para valorizar os festivais como plataforma de política pública, gerando editais de fomento à cultura como Petrobrás e Funarte.

---

<sup>16</sup> Informação obtida em documento interno da entidade cedido por Talles Lopes em 23 novembro 2011.

Os festivais filiados também possuem uma política de acesso ao público democratizante com ingressos a preços populares e/ou eventos gratuitos, promovendo o incentivo a formação de público.

Além de ações diretas também auxiliou a disseminar o associativismo na música brasileira, servindo de modelo para o nascimento de outras entidades e movimentos como as Casas Associadas, uma vez que se constituam as associações para que elas obtenham êxito é necessário que exista espírito associativo e este elemento se forma por educação histórica, hábitos adquiridos.

Em pesquisa com os produtores dos festivais filiados, fez-se as seguintes perguntas: “Como estar associado à Abrafin contribui para a produção do festival? Há algum suporte da Associação para o festival?” e “Qual a diferença na produção e realização do festival antes e depois da filiação?”. O objetivo era identificar como os produtores viam a importância da Abrafin para seus festivais.

Duas respostas obtiveram grande índice de reincidência: a importância de estar sob a chancela de uma associação de classe, o qual contribui para a projeção do nome e marca do festival em nível nacional e internacional, para aumentar a credibilidade do mesmo e facilitar a parceria com outros membros da cadeia produtiva da música; e a possibilidade de ter um ambiente de troca de informações, networking e integração entre os associados.

Tendo em vista a importância do intercâmbio entre os associados, na mesma pesquisa foi perguntado: “Adquiriu algum conhecimento ou auxílio através da associação que foi implementado no festival ou ajudou a resolver um problema no mesmo? (Seja por troca de conhecimento com outros produtores associados, encontros ou consultoria da Associação). Especifique.” 100% dos entrevistados disseram ter adquirido e implementado algum conhecimento apreendido através da associação e contato com outros produtores. As respostas dadas pelos membros abordavam critérios semelhantes, podemos citar as seguintes como exemplo:

“Sim. Tive apoio de patrocinadores como a Sol e a Trama Virtual, articulados pela entidade. Implementei processos de transmissão online do festival e cobertura colaborativa com o suporte da entidade, e negocieei com diversos artistas e fornecedores a partir de contatos conseguidos dentro da Abrafin.”

“sim...principalmente em questões jurídicas e burocráticas para se realizar um evento de grande porte.” [sic]

“Sim. A nossa relação com os artistas melhorou muito, entendendo nossas responsabilidades em um bom atendimento e estrutura. E principalmente possibilitou uma ampliação de nosso campo de visão da música como uma rede com diversos agentes que com suas diferenças buscam um cenário melhor para todos.”

### 3.6. Críticas em relação à Abrafin

Após a criação da Abrafin diversos debates se formaram em torno das atividades da mesma, sendo agravados pelo fato de ser a primeira associação de classe a ser formada no meio da música independente. As principais críticas se formaram em torno de quatro temas que estão interligados entre si. São eles: 1) A ausência de pagamento de cachê para os artistas que se apresentavam; 2) A formação de um grupo pequeno e fechado de artistas que sempre compunham o *line up* dos festivais, informalmente conhecido como a criação de uma “panelinha”; 3) A interferência excessiva do Movimento Fora do Eixo na associação; e 4) A desassociação de importantes festivais da entidade.

Em um primeiro momento alguns artistas se aproveitaram da publicidade que girava em torno da Abrafin para denunciar a ausência de pagamento de cachê pelas apresentações realizadas nos festivais filiados e afirmar que a Abrafin seria uma entidade que apóia a exploração dos grupos pelos produtores.

Essa acusação deve ser analisada com cuidado porque aqueles que não estão inseridos na dinâmica do meio independente podem enxergar essa afirmação como uma tentativa de exploração das bandas por parte dos produtores.

O meio independente nunca teve muita verba disponível para a realização de shows. A dificuldade em realizar uma produção nesse meio sempre foi visível até mesmo para o público, perceptível através da divulgação do evento, usando, na maioria das vezes, apenas um panfleto e meios virtuais; e pouca qualidade na infra-estrutura do local do show e nos aparelhos de som e luz.

Desde o início as bandas independentes, principalmente as que estavam começando, tocavam nos lugares em troca de divulgação e espaço para se apresentar, sendo o cachê uma preocupação secundária, para após o momento em que a banda estivesse com algum sucesso e tivesse um público fiel capaz de “encher o espaço” da apresentação e assim justificar o pagamento do cachê.

Quando há o início dos festivais independentes, essa lógica é mantida, pois o festival possui proporcionalmente tão pouca verba para sua realização quanto os pequenos shows que acontecem em espaços pequenos, sem estrutura e improvisado para receber uma apresentação, também conhecidos como locais *underground*; e seu objetivo principal – do festival – é de ser um espaço de mostra da produção local. Para conseguir viabilizá-lo, muitos produtores tentam negociar a apresentação dos artistas em troca da visibilidade e publicidade que irão ter com o mesmo em vez do pagamento de cachê. Em 2010, 80% dos festivais filiados à Abrafin constataram que levam mais de cinco jornalistas para cobertura do evento.

O produtor ao convidar um artista para tocar no seu festival explica quais são as condições para a apresentação e cabe a ele, artista, avaliar se vale a pena se apresentar no festival ou não. Porém, algumas bandas passaram a reclamar dessa lógica de funcionamento.

A discussão foi intensificada após a publicação de uma entrevista, em 2010, no site *O Inimigo*<sup>17</sup>, em que o ex vice-presidente da Associação, Pablo Capilé, dizia ser a favor do não pagamento de cachê para as bandas, pois entendia o festival apenas como um lugar de exibição e não para o artista formar sua carreira. Segue o trecho:

Eu sou dentro da ABRAFIN um defensor de que não se deveria pagar cachê as 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 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 negociação.

A Associação não possui o direito de interferir no modo de produção, negociação e curadoria dos festivais, não sendo de sua alçada determinar o pagamento

---

<sup>17</sup> Em: <<http://www.oinimigo.com/blog/2010/01/11/mercado-mutante-independente/>> Acessado em: 15 março 2011

ou não de cachê para todos os artistas, porém, o atual presidente explicou em entrevista sobre os desdobramentos dessa questão dentro da Abrafin;

Num primeiro momento tivemos que enfrentar o desafio de melhorar estas estruturas e potencializar estes espaços [festivais] para que o músico autoral brasileiro pudesse ter condições de se apresentar, sem precisar enfrentar o enorme filtro das grandes gravadoras que era o que gerava o artista que recebia cachê porque tinha público. Neste contexto, onde os festivais tinham muito pouco apoio público, e o mercado ainda era super incipiente, muitos festivais tinham ainda poucas condições e acabam entendendo que o processo de formação de público era sem dúvida uma contrapartida interessante que eles poderiam trabalhar. Ninguém reclama que o SXSW (*South by Southwest, realizado no Texas, Estados Unidos*) não paga passagens e hospedagem, que a WOMEX (*World Wide Music Expo, realizado em Copenhague, na Dinamarca*) não oferece nada além do palco, ou seja, existe primeiro um desconhecimento histórico deste processo de construção do mercado independente no Brasil, e ao mesmo tempo um desconhecimento do mercado internacional de festivais que acabam gerando estas distorções de avaliação.<sup>18</sup>

Quando a Abrafin se reuniu com os representantes da Petrobrás e da Funarte para auxiliá-las a criarem seus editais para festivais de música, foi a entidade quem sugeriu e exigiu que fosse imposto aos contemplados pelo edital, a obrigatoriedade de remuneração de todos os artistas que se apresentassem.

Com a discussão já formada em relação à forma de produção dos festivais filiados pela Abrafin, outro debate se estabeleceu paralelamente em relação à curadoria dos mesmos. Alguns artistas aproveitaram o debate do não pagamento de cachês para acusarem os festivais de terem criado uma “panelinha” na programação. Afirmaram que as mesmas bandas se apresentavam em todos os festivais, não dando espaço para outros artistas.

Um artista, *RockStar*, chegou a compor uma música com o título de “A Abrafin não liga pra mim!” e disponibilizou a mesma no site MySpace. No início dessa pesquisa em outubro de 2010 a música se encontrava disponível na internet, ao final da mesma, em novembro de 2011, a canção havia sido retirada do site. A letra segue abaixo:

A Abrafin Não Liga Pra Mim!

(Rockstar, 2010)

Sou roqueiro de verdade

---

<sup>18</sup> Em: < <http://www.nemo.com.br/elcabong/2011/04/entrevista-talles-lobes-a-abrafin-e-os-festivais/>> Acessado em: 28 setembro 2011

Montei uma banda legal  
Agora eu quero é destaque  
No cenário musical

Não sou de fazer amizade  
Mas sei que hoje é fundamental  
Ter diploma de puxa saco  
Pra tocar num festival

Misturei humor com metal  
E até que não ficou ruim  
Mas eu sei que a Abrafin  
Não liga pra mim

Abri mão da minha moral  
Pra fazer show num botequim  
Porque eu sei que a Abrafin  
Não liga pra mim

Se rola palestra no Acre  
Ou reunião em Natal  
Ninguém me diz nos debates  
Onde é que eu arrumo um Real

Pra pagar hotel e passagem  
De uma turnê nacional  
Vou vender minha virgindade  
Na praça de São Nicolau

Misturei humor com metal  
E até que não ficou ruim  
Mas eu sei que a Abrafin  
Não liga pra mim

Abri mão da minha moral  
Pra fazer show num botequim  
Porque eu sei que a Abrafin  
Não liga pra mim

Como já comentado anteriormente, o estatuto da Abrafin obriga que 25% de cada edição do festival filiado deve ser composta por artistas do Estado onde o mesmo é realizado, sendo assim isso já seria um fator para impossibilitar a formação de panelinhas de artistas dentro da Associação.

Porém para verificar tal afirmação, segue abaixo uma breve análise dos artistas incluídos na programação do ano de 2010 de cinco dos principais festivais filiados (Calango, Jambolada, Varadouro, Demo Sul e Dosol):

Jambolada 2010	Varadouro 2010	Calango 2010	Demo Sul 2010	Dosol 2010
A Banda de Joseph Tourton (PE)	Ana e os Lobos (AC)	4 Instrumental (MG)	220 Ska Bar (SP)	Ak-47 (RN)
A170 (MG)	<b>B Negão e Os Seletores de Frequência (RJ)</b>	Aeromoças e Tenistas Russas (SP)	Babi Jaques e os Sicilianos (PE)	Amp (PE)
Animais na Pista (MG)	<b>Cabruêra (PB)</b>	Banda Gentileza (PR)	Bernardo Pelegrini e o Bando do cão sem dono	Antônio De Pádua (RN)
<b>Autoramas (RJ)</b>	Caldo de Piaba (AC)	Black Mirror (MT)	Brazilians Cajuns Southern Rebels	<b>Autoramas (RJ)</b>
Bang Bang Babies (GO)	<b>Camarones (RN)</b>	<b>BNegão e os Seletores de Frequência (RJ)</b>	Bufalos D'agua	Black Drawing Chalks (GO)
<b>Cabruêra (PB)</b>	Camundogs (AC)	<b>Cabruêra (PB)</b>	<b>Camarones Orquestra (RN)</b>	Burn My Heart At Sunset (RN)
<b>Camarones Orquestra Guitarrística (RN)</b>	Di Marco (RO)	Desalma (PE)	Cérebro Eletrônico (SP)	<b>Cabruêra (PB)</b>
Copacabana Club (PR)	<b>Do Amor – Rio de Janeiro (RJ)</b>	<b>Do Amor (RJ)</b>	Grenade	Calistoga (RN)
Desalma (PE)	El Hombre Misterioso – (Peru)	Espírito das Máquinas	Hocus Pocus	<b>Camarones Orquestra Guitarrística (RN)</b>

Dom Capaz (MG)	Gaby Amarantos (PA)	Fiesta Intruders (MG)	Jupiter Maçã (RS)	Clara E A Noite (RN)
Emicida (SP)	Juca Culatra	Finlândia (Arg)	Locodillos	Claustrofobia (SP)
Érika Machado (MG)	Los Porongas (AC)	Galinha Preta (DF)	Mescalha	Conjunto Merda (ES)
Falsos Conejos (ARG)	Lucas Santtana (BA)	Gloom (GO)	Mitch & Mitch (Polônia)	Decreto Final (RN)
Gritando HC (SP)	Mapinguari Blues (AC)	Graveola e o Lixo Polifônico (MG)	Mombojo (PE)	Desalma (PE)
Indiada Magneto (MG)	Mini Box Lunar (AP)	Inimitáveis (MT)	Monkberry	Dona Zefinha (CE)
Krow (MG)	Mogno (AC)	Jair Naves (GO)	Nevilton (PR)	Esso Alencar (RN)
Leave Me Out (MG)	Pública (RS)	Júpiter Maçã (SP)	Pata de Elefante (RS)	Fábio Cascadura (BA)
Manos de Resposta (MG)	Saulo Duarte (PA)	Katylene (SP)	Patu Fu (MG)	Facada (CE)
Mata Leão (MG)	Shaneihu Yawanawa (AC)	Johnny Suxxx and the Fucking Boys (GO)	Sick Sick Sinners (PR)	Falsos Conejos (Argentina)
Matanza (RJ)	Survive (AC)	Kriptonita (MT)	Soatá (DF)	Fluido Natural (RN)
Monograma (MG)	Thes Siniestros (Argentina)	Linha Dura (MT)	Sugar Kane (PR)	Fóssil (CE)
Nina Becker (RJ)		Lu Bonfim (MT)	Test Drive	Garage Fuzz (SP)
Ophelia And The Tree (MG)		Lufordi (MT)	The Brown Vampire Cats	Gigante Animal (SP)
Otto (PE)		Macaco Bong (MT)	The Name (SP)	Hossegor (RN)
Paulo e Arrigo Barnabé (SP)		Madame Saatan (PA)	The Silver Shine (Hungria)	Humana (Chile)
Pedro Morais (MG)		Melting Down (MT)	Tom Zé (BA)	Júlio Lima (RN)
Porcas Borboletas (MG)		Monocromatas (MT)	Trilobit (PR)	Kataphero (RN)
Quarteto Olinda (PE)		Móveis Coloniais de Acaju (DF)	Vento 147 (BA)	Love Bazukas (GO/SP)
Seu Juvenal (MG)		N3CR (MT)		Mahatma Ganguê (RN)
The Baggios (SE)		Os Vira Latas (MT)		Marky Ramones Blitzkrieg (Eua)
The Folsoms (MG)		Panimoral (MT)		Mc Priguissa (RN)
The Hell's Kitchen Project (MG)		Paulo Monarco (MT)		Mechanics (GO)

Vanguart (MT)	Pedro Beck (SP)	Móveis Coloniais De Acaju (DF)
Vespas Mandarinas (SP)	Pez (ARG)	Nevilton (PR)
	Ponto 6 (MT)	Orquestra Boca Seca (RN)
	Rhox (MT)	Orquestra Contemporânea De Olinda (PE)
	Sing Out (MT)	Pedobreu (RN)
	Stop Play Moon (SP)	Planant (RN)
	Tereza (RJ)	Projeto Trinca (RN)
	The Cleaners (SP)	Pumping Engines (RN)
	Uganga (MG)	Sex On The Beach (PB)
	Ultimato (RO)	Superguidis (RS)
	Urutau (MT)	Sweet Fanny Adams (PE)
	Vanguart (MT)	Tesla Orquestra (RN)
	Veniversum (MT)	The Tormentos (Arg)
	Vietcongs (MT)	Todos Contra Um (RN)
		Trilobit (PR)
		Venice Under Water (RN)
		Vespas Mandarinas (SP)
		Violins (GO)
		Wado (AL)

Os artistas em vermelho são aqueles que se apresentaram em mais de um festival no mesmo ano. Com isso constatamos que 11 artistas se apresentaram em mais de um festival filiado à Abrafin no mesmo ano, sendo que 9 deles (Autoramas, BNegão, Do Amor, Jupiter Maça, Falsos Conejos, Móveis Coloniais de Acaju, Vanguart, Vespas mandarinas e Trilobit) se apresentaram em apenas dois festivais e 2 deles (Cabruêra e Camarones) se apresentaram em 4 dos 5 festivais analisados.

Ou seja, em apenas cinco festivais no ano de 2010, foram realizados 180 (cento e oitenta) shows de 165 (cento e sessenta e cinco) artistas diferentes. Com apenas 11 artistas se repetindo duas ou mais vezes. Podemos considerar, então, que não há uma seleção de artistas que caracterize uma “panelinha” dentro dos festivais.

As duas últimas críticas à Associação estão conectadas como fatores de causa e consequência. Devido à grande parte dos produtores filiados à Abrafin estarem ligados ao Movimento Fora do Eixo e as proporções que o mesmo ganhou em nível nacional, fez com que alguns membros sentissem que o movimento estava sobrepondo à organização de classe, levando a desassociação de importantes e antigos festivais.

A desassociação dos festivais: Porão do Rock, Eletronika e Mada, da Abrafin em 2011 pode ser explicada pelo ponto de vista das teorias sociais explicadas no capítulo I (MENESES), de que houve uma ausência do sentimento de pertencimento desses festivais ao grupo; e pela entidade não corresponder mais as suas expectativas. Isso pode ser percebido na declaração, para a revista Rolling Stones, do atual presidente da associação:

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. (LOPES)<sup>19</sup>

E pelo ex-vice-presidente da Associação, Pablo Capilé, em entrevista para esta pesquisa em outubro de 2010:

you have two tendencies within the Abrafin, you have large festivals more old that come from the previous modus operandi, and you have the new festivals more linked to the solidarity economy, and it is obvious that they will not coexist, and it is obvious that at a certain moment they will dispute space. And the new festivals occupied much more space within the entity and the old festivals, at a certain moment, they felt a little displaced.

---

<sup>19</sup> Em: <<http://www.rollingstone.com.br/noticia/talles-lobes-responde-comentarios-de-gustavo-sa-diretor-artistico-e-produtor-executivo-do-porao-do-rock/>> Acessado em: 20 agosto 2011

Ou seja, para esses festivais, a entrada de novos membros inseridos em uma lógica diferente de produção de festivais do que eles estavam adaptados, e a participação de alguns desses mesmos produtores no desenvolvimento do Circuito Fora do Eixo fez com que as novas perspectivas trazidas pelos membros mais recentes, para a associação, não coincidisse mais com os seus interesses, resultando no sentimento de não pertencer mais aquele grupo e por fim, na desassociação dos festivais.

Além das críticas sofridas pelo meio, durante a pesquisa para este trabalho pode-se observar alguns fatores importantes em relação à dinâmica de funcionamento da Associação.

Apesar da internet ser uma ferramenta fundamental para a criação e manutenção da Abrafin, o site da associação é pouco funcional e desatualizado. Desde o início da pesquisa para este trabalho, em agosto de 2010, até o momento de redação deste capítulo, setembro de 2011, o site sofreu pouquíssimas atualizações.

A listagem de festivais filiados e suas respectivas informações não são confiáveis; o quadro de diretores apresentado no site corresponde à gestão anterior; existem seções dentro do site que não possuem conteúdo e outras cujo conteúdo não é atualizado desde 2009. O calendário anual dos festivais também se encontra desatualizado, sem a data correta de quando os festivais irão acontecer no ano vigente.

Também não há informações sobre o histórico da entidade, sua formação, objetivos, informações sobre as decisões das reuniões da organização ou quando as reuniões são organizadas, dados estatísticos sobre as ações da entidade e da realização dos festivais ou até mesmo informações básicas sobre eles. Muitas informações disponíveis na internet são divergentes de uma entrevista para outra e mudam conforme o tempo, como essas informações não estão registradas no site oficial da entidade confunde quem procura por elas e tira a credibilidade da mesma. Pode-se constatar também os mesmos problemas com os sites dos festivais.

Ou seja, há uma ausência de comunicação com o público e stakeholders (pessoas interessadas nas atividades da organização) da Abrafin. O site da entidade poderia representar no virtual, o que significa na realidade, uma integração dos festivais independentes nacionais, através da criação de uma página exclusiva para cada um deles, com histórico e programação atualizados, bem como, explorar mais seu potencial

de comunicador com o público interessado em visitar os festivais e nos interessados na Abrafin enquanto associação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos perceber que a cadeia produtiva da música muda radicalmente a partir da facilidade da criação das redes sociais por meios tecnológicos, influenciando o surgimento de novos modelos de distribuição, novos modelos de negócio entre bandas e produtores e a formação de grupos com interesses em comum.

Com base na pesquisa realizada, podemos concluir que a Abrafin caracteriza-se como rede social uma vez que é formada por diversos membros sem hierarquia entre eles, além de manter e fomentar o diálogo entre seus participantes. Entretanto, sua funcionalidade atinge apenas os membros que compõem a rede, não sendo perceptível, a indivíduos externo ao grupo, as atividades da Abrafin.

Isso acontece devido à ausência de transparência das ações realizadas pela Abrafin com o meio externo; a inexistências de dados estatísticos e a constante desatualização dos sites da Associação e dos festivais filiados. Esses fatores prejudicam a disseminação e ratificação da entidade perante a sociedade e ao grupo a que se destina como uma defensora da classe de festivais independentes e dos seus objetivos de busca pela melhoria dos mesmos.

A Associação deveria criar métodos de pesquisa e recolhimento de dados obrigatórios para serem aplicados aos produtores e ao público de cada festival

anualmente. Essa prática de pós-produção parece ser essencial na busca de uma melhor análise da atividade que foi realizada.

A coleta de dados poderia ser feita através da aplicação de dois formulários padrões a todos os festivais, sendo um para os produtores e outro para o público. O dos produtores teria a função de constatar as características e impactos do festival, por exemplo: a quantidade de público presente no evento; quantos empregos fixos e temporários; que função teve mais contratação; quantidade de bandas locais, nacionais e internacionais; verba utilizada com cachê, equipamentos, e outros itens.

Quanto ao questionário do público, a proposta é de focar em perguntas mais objetivas, em menor quantidade e para o reconhecimento da percepção do festival pelos seus frequentadores, como: se já esteve no festival antes; se já conhecia os artistas da programação; através de que mídia ficou sabendo do evento; se pretende comprar algum produto vendido no festival; se sabe que o festival funciona em parceria com a economia solidária etc.

Assim, cada festival responderia seu próprio formulário e entregaria para a Associação, por conseguinte, esta poderia avaliar cada caso e o conjunto deles de maneira sistêmica. Desta forma, conheceria a repercussão e funcionamento de cada festival e a totalidade, conseqüentemente poderia avaliar melhor a própria Abrafin. Além de também servir de instrumento para os produtores avaliarem seus festivais e o meio no qual está inserido.

Com isso, a criação de um banco de dados e de estatísticas constantes sobre o funcionamento dos festivais poderia gerar uma análise da trajetória da Associação e dos próprios festivais, possibilitando ainda avaliar seu efetivo desenvolvimento e identificar pontos a serem melhorados. A divulgação desses resultados, permitindo que não só os associados, mas todos os indivíduos interessados nas atividades da associação (artistas, críticos, jornalistas, produtores, fornecedores, público) tenham acesso a eles, poderia fortalecer as atividades da entidade, legitimando-as, uma vez que são dados disponibilizados pela própria Abrafin e não por outros sites ou dados coletados de entrevistas com os membros.

Os dados coletados também poderiam melhorar o relacionamento da entidade com órgãos públicos e, principalmente, com os privados, facilitando as tentativas de conseguir patrocínio ou apoio tendo em vista que há dados concretos dos festivais e suas realizações.

Outro problema diz respeito ao site da entidade, que deveria ser mais funcional e atualizado. Isso gera um segundo entrave: ausência de transparência nas ações da associação e diminuição de sua credibilidade. A constante desatualização do site da Abrafin e dos sites dos festivais dá a impressão de uma organização inoperante, que não está em funcionamento, ou que não se importa com o público dos festivais e seus interessados de uma forma geral, já que o calendário anual com todos os festivais não está acessível.

Isso se agrava quando lembramos que a formação da Associação teve uma relação muito grande com a internet, não só a Associação como todos os festivais e bandas independentes. Foi através deste meio que os produtores puderam ter conhecimento uns dos outros, de outros festivais em outras cidades do Brasil e, conseqüentemente, criar a Abrafin. Parte da operacionalização e do funcionamento da Associação ainda se dá devido à internet, através das listas de discussões, troca de emails, notificações de encontros, compartilhamento de informações e opiniões, esclarecimento de dúvidas etc. Lembrando que aquela vai facilitar, viabilizar e baratear o contato entre os produtores para discutir os temas da entidade.

Nesse cenário e na era digital em que vivemos não há espaço para que os sites da Associação e dos festivais sejam incipientes. Afinal, estes constituem uma forma fundamental, ou até mesmo principal, de comunicação com o público.

O site deveria ser reformulado para atender melhor aos espectadores, jornalistas, pesquisadores, fornecedores e aos próprios membros. A criação de duas áreas, uma sobre a Associação e outra sobre os festivais filiados, facilitaria e melhoraria a comunicação praticada pela entidade, atingindo melhor seus interessados. O histórico e formação da Abrafin, seus objetivos e realizações, dados estatísticos, a história e programação de cada festival, o contato dos produtores e uma área para imprensa com material atualizado são de fundamental importância.

A falta de divulgação das atividades da Abrafin gera um déficit de transparência e credibilidade da organização. Se a Abrafin não consegue manter o seu próprio site atualizado, que é sua via de comunicação com o grande público, como podemos estar seguros de que ela cumpre seus outros objetivos?

A maior parte das informações sobre a Associação para essa pesquisa foi coletada através de entrevistas com membros da diretoria em sites da internet e em matérias online sobre música e festivais. Ressalte-se que essa não parece ser a maneira

apropriada para se realizar uma pesquisa acadêmica muito pelo fato de não poder se comprovar a veracidade dos fatos desse material.

Quanto mais informações oficiais acessíveis, menor será a possibilidade de gerar dúvidas sobre suas atividades. Disponibilizar informações sobre as reuniões dos membros, permitir e incentivar ouvintes nos encontros, exibir os resultados da entidade publicamente, são iniciativas simples, mas que podem mudar a forma como a Associação é vista, além de gerar o interesse do público e de demonstrar seriedade quanto ao que se pretende.

Outro fator a ser considerado é que existe, enquanto rede social, uma influência exacerbada de fatores externos, por vezes prejudicando a finalidade da entidade que é defender os direitos dos festivais. No início da Associação, o tema Economia Solidária era o principal debate, nos últimos dois anos o tema se voltou para o Fora do Eixo. É comum que as redes sociais sejam influenciadas, mas as influências não devem sobrepor os princípios e objetivos da Associação.

Enquanto Associação de Classe, o assunto de debate todos esses anos deveria ser: o que pode melhorar a qualidade dos festivais? Quais são os novos modelos de negócio que podemos implantar? Ou seja, usar outras ferramentas como auxiliares e não motivo principal da ação.

Pode-se perceber que em 2010 e 2011 as atividades da associação se preocuparam mais em desenvolver atividades que influenciassem a cadeia produtiva da música independente como um todo, do que em defender a qualidade e compromisso dos festivais, sua melhoria e reconhecimento nacional.

Considerando que o fato de grande parte dos produtores de festivais também serem produtores de bandas e shows ou gestores, isso pode influenciar para que haja essa perda no foco do papel da Associação. A prioridade são os festivais, a consequência do fortalecimento desses é que deveria movimentar outros membros da cadeia produtiva da música, como infra-estrutura do show, profissionalização e qualificação de profissionais. Afinal, um festival em essência é uma sequência de shows.

O direcionamento para atividades de formação de profissionais do setor ou platéia, de formação de gestores e de entrosamento com o poder público e privado, sem antes fortalecer os festivais internamente não condiz com os reais objetivos da entidade.

Esse fator cria uma ruptura com o próprio estatuto. Essas ações podem ser oferecidas desde que não sobreponham o objetivo principal definido no estatuto.

Um exemplo bem marcante é a saída de membros devido à influência do Fora do Eixo na associação e a preocupação em estabelecer relações políticas no meio. Talvez essa saída pudesse ser evitada se houvesse uma reorganização dos objetivos e estatuto da organização.

Contudo, a Abrafin é um ótimo exemplo de como as redes sociais são formadas e podem transformar o cenário musical. Por ter sido a primeira a ser formada enfrentou dificuldades inesperadas e talvez por isso, ela tenha esquecido um pouco de seus objetivos e desvirtuado suas ações para além das atividades da classe. Porém, não podemos deixar de considerar que ela influenciou o surgimento de várias outras associações inclusive o próprio Fora do Eixo.

Como era um mercado novo, inexplorado e sem antecedentes, não havia linhas gerais de como executá-lo perfeitamente. Ou seja, era uma questão de tentativa e erro. Por isso, todas as atividades realizadas pela Associação devem ter seu reconhecimento e importância.

Nesse novo momento, após 6 (seis) anos da fundação da entidade, parece evidente a necessidade de realizar uma análise do que está funcionando corretamente e o que não está, avaliar os modelos de negócio, restabelecer relações com o estatuto e, até mesmo, reestruturá-lo para atender às novas demandas, melhorando a administração da Abrafin.

Durante o desenvolvimento do trabalho, pode-se constatar ações que não são mais cabíveis no estatuto, como a filiação dos festivais se dar por indicação. Podemos enxergar a necessidade de incentivar mais os festivais, criar uma área de planejamento e consultoria, gerar mais receitas e gerir melhor a Associação, incorporando aspectos empresariais, como a manutenção da marca e propaganda institucional.

A Abrafin precisa recuar suas ações externas e se voltar para a resolução dos problemas da classe, atendendo as demandas dos festivais já filiados, ao invés de tentar auxiliar, neste primeiro momento, a achar soluções para a cadeia produtiva da música como um todo. Quando ela focaliza nos festivais, já está fazendo esse papel.

A própria ausência dos produtores para esta pesquisa já reflete que há uma dissonância interna. De 41 festivais filiados apenas 6 produtores responsáveis se propuseram a colaborar com a criação do presente trabalho mesmo tendo conhecimento

que este poderia ser importante para o fortalecimento da organização e dos próprios festivais.

Deveria existir uma preocupação maior da entidade em gerar recursos internos para fortalecimento dos festivais, buscando a criação de padrões de qualidade e melhoria dos festivais em conjunto, através de incentivos, prêmios, chancelas, selos de qualificação, assim como acontece no Yourope.

No segundo semestre de 2011, houve a criação e fortalecimento dos circuitos locais de festivais independentes como o Circuito Mineiro de Festivais Independentes e o Circuito Paulista de Festivais Independentes. Esses circuitos se formaram com incentivo e auxílio da Abrafin. Porém, cabem alguns questionamentos – como a entidade pode auxiliar a formação de circuitos sem antes fortalecer a organização principal em nível nacional? Qual é a vantagem de um festival se associar a uma entidade nacional se ele pode se associar ao circuito local da sua cidade que pode dar mais atenção a ele do que a entidade nacional? Precisa ser esclarecida a diferença entre a atuação dos circuitos locais e da Abrafin para os produtores e para o público a fim de evitar a perda de espaço desta em detrimento daquela.

Concluo, então, que a Abrafin é extremamente importante para o circuito de festivais independentes. Contudo, neste período após a sua criação, fica claro a importância de uma auto-avaliação para ganhar força e identidade no cenário musical e, assim, atingir todos os seus objetivos.

## REFERÊNCIAS

<<http://www.laboratoriopop.com.br/combustao/abrafin-no-foco/8>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cultura/abrafin-faz-planos-para-expansao-na-america-latina/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://rollingstone.com.br/noticia/talles-lopes-responde-comentarios-de-gustavo-sa-diretor-artistico-e-produtor-executivo-do-porao-do-rock/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://rollingstone.com.br/noticia/edicao-14-do-porao-do-rock-e-o-festival-independente-em-2011/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.senhorf.com.br/agencia/main.jsp?codTexto=1894>> – Acessado em 30 julho 2011.

<<http://www.o inimigo.com/blog/?p=3634>> – Acessado em 30 julho 2011.

<<http://ogritodoinimigo.com/?p=1003>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.cultura.gov.br/site/2009/06/29/abrafin-apoia-mudancas-na-lei-rouanet-2/>> - Acessado em 30 julho 2011.

<<http://goianiarocknews.blogspot.com/2010/04/buaaa-ou-abrafin-nao-liga-pra-mim.html>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.popup.mus.br/2011/01/03/entrevista-talles-lobes/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.nemo.com.br/elcabong/2011/04/entrevista-talles-lobes-a-abrafin-e-os-festivais/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.nemo.com.br/elcabong/?p=6639>> – Acessado em 30 julho 2011.

<<http://www.rockemgeral.com.br/2011/08/16/abrafin-festivais-antigos-perderam-espaco-para-os-novos/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

<<http://www.abrafin.com.br/>> – Acessado em 30 outubro 2011.

ACIOLLI, Sonia. **Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos dos conceitos**. Londrina: Inf. Inf., V. 12, 2007.

ANDERSON, Chris. **Free: Grátis. O futuro dos preços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

AVELAR, Romulo. **O Averso da cena. Notas sobre Produção e Gestão Cultural**. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

**BIZZ. De Monterey ao Rock in Rio 2011**. [Revista Ed. 06.] São Paulo: Editora Abril, 2011

CALANCA, Luiz. Disponível em: <<http://www.producaocultural.org.br/videos/baixea-integra-das-entrevistas-do-producao-cultural-no-brasil-pdf/>> Acessado em: 29 outubro 2011

CARNEIRO, Luiz Felipe. **Rock in Rio: A história do maior festival de música do mundo**. São Paulo: Globo, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2008

GOG. Disponível em: <<http://www.producaocultural.org.br/videos/baixea-integra-das-entrevistas-do-producao-cultural-no-brasil-pdf/>> Acessado em: 29 outubro 2011

HICKSON, Melina. Disponível em: <<http://www.producaocultural.org.br/videos/baixea-integra-das-entrevistas-do-producao-cultural-no-brasil-pdf/>> Acessado em: 29 outubro 2011

LOPES, Talles. Disponível em: <<http://www.rockemgeral.com.br/2011/04/26/nos-eixos/>>. Acessado em: 2 setembro 2011

LOPES, Talles. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com.br/noticia/talles-lopes-responde-comentarios-de-gustavo-sa-diretor-artistico-e-produtor-executivo-do-porao-do-rock/>>. Acessado em: 1º setembro 2011

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação**. *Ci. Inf.*, Abr 2001, vol.30, nº.1, p.71-81.

MARTELETO, Regina Maria; SILVA, Antonio Braz de Oliveira. **Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local**. *Ci. Inf.*, Dez 2004, vol.33, nº.3, p.41-49.

MENESES, Maria Piedad Rangel. **Redes sociais – pessoais: conceitos, práticas e metodologia**. 2007. 135f. Dissertação (Doutorado em Psicologia) – Faculdade de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre

MIDANI, André. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33266.shtml>>. Acessado em: 17 setembro 2011

MOTTA, Nelson. Disponível em: <<http://www.producaocultural.org.br/videos/baixea-integra-das-entrevistas-do-producao-cultural-no-brasil-pdf/>> Acessado em: 29 outubro 2011

OFUJI, Fabrício. Disponível em: <<http://www.producaocultural.org.br/videos/baixea-integra-das-entrevistas-do-producao-cultural-no-brasil-pdf/>> Acessado em: 29 outubro 2011

OLIVIERI, Cristiane; NATALE, Edson. **Guia brasileiro de produção cultural: 2010-2011**. São Paulo: Edições SESC SP, 2010

**Que rock é esse? : A história do rock brasileiro contada por alguns de seus ícones / apresentação Edgard Picoli** ; [organização Ana Tereza Clemente]. São Paulo: Globo, 2008.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação**. Brasília: *Ci. Inf.*, 2005. p. 93-104.