

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

LORENZO SPEROTTO DE MELLO

**O PALCO É A PLATÉIA:
O IMPACTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA NAS
CENAS LOCAIS DA CIDADE DE SÃO PAULO**

SÃO PAULO
2024

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

LORENZO SPEROTTO DE MELLO

**O PALCO É A PLATÉIA:
O IMPACTO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA NAS
CENAS LOCAIS DA CIDADE DE SÃO PAULO**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Relações Públicas, Propaganda e
Turismo da Universidade de São Paulo
(USP), como requisito para a obtenção
de Bacharel em Relações Públicas.**

**Orientador: Prof. Dr. Luiz Alberto
Beserra de Farias**

SÃO PAULO

2024

AGRADECIMENTOS

Para meu namorado, Vic Chukri, que me deu todo apoio para realizar esse trabalho e esteve ao meu lado o tempo inteiro. Obrigado por cada segundo e cada momento juntos, seu amor faz todo dia a diferença para mim.

Para minha mãe, que me apoiou e segue me apoiando por todas minhas jornadas. Obrigado pelo amor e pelo carinho sempre.

Para Augusto Medeiros, Luccas Leme e Thiago Costa, meus colegas da banda *giz.*, que me ajudaram e me inspiraram a conceber esse trabalho. Obrigado por todas as vezes que tocamos juntos e por todos os momentos que nos divertimos, seja dentro ou fora do palco.

Para Bia Vaccari e o Banda de Casinha, que fazem um evento incrível cheio de emoções e parcerias. Obrigado pela oportunidade e por serem parte desse trabalho.

Para o meu orientador, Luiz Alberto, por me ajudar nos momentos difíceis desse trabalho e ser uma luz quando eu precisava de ajuda. Obrigado pela confiança e pela segurança que você me trouxe.

RESUMO

Festivais de música desempenham um papel central na cultura de grandes cidades. Independente de sua extensão de influência no território, esses eventos têm um potencial de impactar tanto a economia quanto as relações interpessoais e individuais de diversas maneiras. Nesse mesmo contexto, cenas de música desenvolvem-se nas cidades e criam relações com esses festivais. Deste modo, independente do grau de proximidade com esses eventos, essas cenas locais estão sujeitas a serem influenciadas por estes. Assim, o objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso é estudar essas relações e entender o impacto dos festivais nessas cenas locais no âmbito musical. Primeiramente, vamos contextualizar o surgimento da indústria fonográfica no paradigma da indústria cultural para, em seguida, aprofundar o tema dos festivais de música e das visões de mundo que eles carregam, assim como a relação entre as cenas e os festivais. Por fim, realizou-se um estudo de casos múltiplos com dois festivais de portes distintos a fim de comparar o impacto desses festivais nas cenas de música.

Palavras-chave: Festivais. Música. Etnomusicologia. Cenas de música. Indústria Fonográfica. Música ao vivo.

ABSTRACT

Music festivals play a central role in the culture of large cities. Regardless of their geographical reach, these events have the potential to impact both the economy and interpersonal and individual relationships in various ways. In this same context, music scenes develop within cities and establish connections with these festivals. Thus, regardless of their degree of proximity to these events, local scenes are subject to being influenced by them. The objective of this thesis is to study these relationships and understand the impact of festivals on these local music scenes. First, we will contextualize the emergence of the music industry within the paradigm of the cultural industry to then delve into the topic of music festivals and the worldviews they carry, as well as the relationship between scenes and festivals. Finally, a multiple case study was conducted involving two festivals of different scales to compare the impact of these festivals on music scenes.

Keywords: Festivals. Music. Ethnomusicology. Music scenes. Recording Industry. Live music.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Primavera Sound São Paulo em 2022.....	35
Figura 2 - Primavera Sound São Paulo em 2023.....	36
Figura 3 - Banda de Casinha na 3ª edição.....	41
Figura 4 - <i>giz.</i> na 6ª edição do Banda de Casinha.....	45

LISTA DE ABREVIACOES

P2P	<i>Peer to Peer</i>
CD	<i>Compact Disc</i>
DIY	<i>Do It Yourself</i>
LP	Long Play
ABRAFIN	Associação Brasileira de Festivais Independentes

SUMÁRIO

1.0 A IMPORTÂNCIA DA MÚSICA.....	11
1.1 A indústria cultural.....	14
2.0 O FESTIVAL E A MÚSICA.....	18
2.1 História dos festivais de música no Mundo.....	20
2.2 História dos festivais de música no Brasil.....	23
2.3 Festivais independentes e as cenas locais.....	27
3.0 ESTUDOS DE CASO.....	32
3.1 Primavera Sound SP - 2022 e 2023.....	33
3.2 Banda de Casinha - 2023 a 2024.....	40
4.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
5.0 REFERÊNCIAS.....	50

INTRODUÇÃO

Festivais são momentos muito especiais para amantes de música. Além de desempenharem um papel central na dinâmica cultural de grandes cidades, os festivais são momentos importantes tanto para artistas apresentarem suas músicas quanto para pessoas novas e para a platéia encontrarem e conhecerem novas experiências. Em São Paulo, não faltam exemplos de grandes festivais anuais: Lollapalooza, *The Town* e *Primavera Sound* são exemplos que, recentemente, atraíram públicos de mais de 30 mil pessoas e trouxeram artistas do mundo inteiro para apresentarem-se na cidade. Em paralelo, festivais pequenos são continuamente realizados em espaços menores da cidade ao longo dos anos, mas são pouco reconhecidos fora das cenas em que eles ocorrem.

No mesmo contexto, as cenas de música são grupos que se relacionam com os festivais, seja de forma íntima ou não, e podem ser impactadas pelas realizações desses eventos. Nas cenas, as pessoas desenvolvem relações íntimas, criam projetos artísticos para atuar nessas cenas e podem até gerar trabalhos que atuam com e para a cena de música que estão inseridas. Considerando essas duas perspectivas, o objetivo desse trabalho é estudar o impacto que festivais de música podem ter nas cenas locais na cidade de São Paulo.

Em um primeiro momento, vamos contextualizar a história da indústria fonográfica e como esse processo influenciou a relação do ouvinte com a música. Além disso, vamos aprofundar nas teorias da Escola de Frankfurt e relacionar o papel dos festivais de música na manutenção da indústria cultural.

Em seguida, apresentaremos como os festivais de música carregam “visões de mundo” em suas realizações e destrincharemos como essas visões relacionam-se com a performance dos públicos nos festivais. A história dos festivais de música pelo mundo também será explorada, desde as primeiras congregações realizadas durante a revolução francesa até o impactante *Woodstock* no período pós-guerra. No Brasil vamos dar atenção aos grandes festivais como *Rock in Rio* e o *Hollywood Rock*, assim como os festivais independentes que transformaram artistas pequenos em grandes nomes da indústria.

Por fim, será realizado um estudo de caso múltiplo sobre dois festivais de música de tamanhos distintos, o *Primavera Sound SP*, realizado em 2022 e 2023 e o *Banda de Casinha*, que teve sua primeira edição em novembro de 2023 e já conta

com 8 edições feitas. Para essa análise, vamos traçar o histórico e o contexto dos festivais, entender o público e as cenas que participam desses eventos, explorar as visões de mundo que esses festivais carregam e, por fim, explorar como e se esses festivais têm impacto nas cenas de música na cidade de São Paulo.

1.0 A IMPORTÂNCIA DA MÚSICA

Antes de entender os festivais de música em sua complexidade, é importante destrinchar os componentes de um festival de música. Nesse contexto, é necessário delinear a história da indústria fonográfica e da música, tanto na perspectiva da indústria cultural quanto como elemento central na era da arte da reprodutibilidade técnica, permitindo melhor entendimento acerca do papel dos festivais de música em relação a essas concepções e da associação desses festivais com seus públicos.

O desenvolvimento da música dentro da arte na reprodutibilidade técnica alterou a relação da sociedade com as experiências sonoras, fenômeno motivado pelo avanço dos meios de comunicação em massa no século XX, assim como as novas técnicas de reprodução e massificação das gravações sonoras.

Paula Abreu, no artigo “A indústria fonográfica e o mercado da música gravada” (2009), pontua que a história da indústria fonográfica é marcada desde o seu começo por incertezas e disputas, sejam sobre os formatos fonográficos, técnicas ou convenções, entre diversos atores no campo dessa indústria - artistas, gravadoras, associações e etc. Porém, essas mesmas disputas levaram a reinvenções na indústria que impactam o mercado e o consumo de experiências musicais até a contemporaneidade.

Na história do registro sonoro, invenções como o fonógrafo de Thomas Edison, o grafofone, desenvolvido por Charles Tainter e Chichester Bell, e o gramofone desenvolvido por Émile Berliner são marcos que definem essa indústria. Porém, de forma geral, a perspectiva importante para a análise é entender que o desenvolvimento da indústria fonográfica está estritamente conectado com a revolução dos meios de comunicação em massa.

A partir desse contexto, começa a desenvolver-se uma cultura de consumo em relação à música. Os aparelhos, em especial o gramofone, que tornou-se o principal dispositivo comercializado na época, agora eram caseiros e a relação com a música começou a ser delimitada pelo consumo, pelo apreço em colecionar os discos e pelas dinâmicas de manuseio dos equipamentos, ou como pontua Abreu

Em suma, um consumo que altera os modos de relação com a música, pois permite a escuta repetida das obras, a comparação de registros, a acumulação de conhecimentos estético-musicais e experiências emocionais, estimulando uma forma de audição cuja variável central é o

som. Uma “escuta aural” que tem lugar no espaço privado da casa e é favorável à construção de universos íntimos de fruição estética (ABREU, 2009).

Os processos de gravação sonora aliados a uma nova cultura musical começaram a mudar o paradigma musical dominante da época. Se antes a música clássica era entendida como o primor cultural por excelência, agora as músicas populares, e sua assimilação como parte do repertório musical gravado na época, encontraram um novo espaço para serem apreciadas, associando-se a novas formas de sociabilidade e lazer, o que garantiu o reconhecimento cultural da indústria fonográfica. A música passa a ser marcada por uma nova cultura, começa a ganhar novos agentes que buscam a autoria e o domínio sobre as gravações, sendo eles os próprios artistas e compositores. (ABREU, 2009)

Em cima dessa lógica, as eras seguintes do desenvolvimento da indústria fonográfica seriam pautadas por essas disputas. Ao mesmo tempo, a nova cultura musical começava a influenciar e ser influenciada pelas novas dinâmicas de consumo. Esse paradigma foi modificando-se e reinventando-se ao longo dos anos. Se, no começo do século, o disco de vinil era o meio mais comum para se ouvir música, na década de 80, os CDs começaram a tomar conta do mercado e, novamente, mudaram a dinâmica. A próxima “revolução” (ou também, crise) na indústria fonográfica relaciona-se com o surgimento da comercialização ilegal de gravações, que pautou mudanças radicais tanto no consumo como na atuação das grandes gravadoras que dominam o mercado musical contemporâneo.

A primeira década do segundo milênio é marcada por uma “crise” na indústria musical, e, quando se fala de crise, é necessário entender que o que ocorre é uma enorme reestruturação do grande *bussiness* da música gravada (HERSCHMANN, 2010). Essa reestruturação é marcada por aquisições no mercado *online* de mídia e entretenimento cultural por grandes *majors*, que lutam contra serviços de pirataria e aumentam a repressão aos distribuidores de arquivos digitais ilegais. Entretanto, curiosamente, os artistas não têm a mesma relação com a pirataria, pois acaba sendo uma forma de divulgar e ampliar seus públicos, além de construir novas relações com a comunidade, que, através de compras de merchs e da ida em performances ao vivo, apoia o artista dessa maneira “*offline*”.

Um grande exemplo desse movimento é o artista de música eletrônica e experimental Benn Jordan, mais conhecido pelo seu projeto The Flashbulb, que, em 2008, após o fechamento da gravadora Sublight Records, ao invés de assinar um novo contrato com uma gravadora, disponibilizou seu novo CD *Soundtrack to a Vacant Life* gratuitamente para *download* em sites de *torrents* juntamente com um arquivo que agradecia os usuários pelo *download* e direcionava eles para um *site* de doação caso quisessem apoiar. Esse movimento fez com que o arquivo fosse o mais baixado no *site* por dois dias seguidos, indo na contramão do que a indústria fonográfica estava pregando na época e com efeito positivo, tanto financeiramente para o artista, quanto de reconhecimento ao encontrar novos fãs no processo.¹

Essa mesma década é marcada pelas campanhas monumentais da indústria fonográfica contra os serviços de compartilhamento P2P. Porém, isso não apresentou uma solução para a decadência das vendas de discos físicos. O que ocorreu foi uma centralização do mercado fonográfico digital na mão das grandes corporações tecnológicas, como a *Apple*, que, através do *Itunes*, monopolizou cerca de 70% do mercado de música digital na primeira década (HERSCHMANN, 2010). Entretanto, devido a diversas limitações e outras complexidades, esse modelo de negócios logo atingiu um novo limite.

Se o começo da primeira década do segundo milênio foi marcado pela transição gradual entre uma economia de discos físicos para uma economia do acesso à música digital, a segunda década é marcada pela transformação da indústria fonográfica, a partir dos serviços de streaming e de uma economia de redes para o que é chamado de economia de plataformas.

A economia de redes funciona através de processos de engajamento ou desengajamento com um serviço. O engajamento possibilita que as redes cresçam exponencialmente, ou seja, quanto mais pessoas estiverem conectadas a uma rede, mais pessoas vão querer conectar-se a essa rede. Esse processo não ocorre de forma calculada, mas sim aleatória, pois depende do desejo dos usuários de interagirem com essa rede. Tal fenômeno pode ser definido como uma "economia de escala gerada pela demanda" (DEMARCHI, 2020).

¹JORDAN, Benn, From Pirates To Profit. Disponível em: https://web.archive.org/web/20170830195125/http://www.bennjordan.com/blog/?page_id=51
Acessado em: 21 set. 2024.

Com isso, abre-se uma nova era na indústria fonográfica, pautada pelo uso de algoritmos para a recomendação de músicas que são alimentados por uma gama infindável de dados dos usuários, essa mesma que é utilizada para refinar a categorização de anúncios publicitários para esses usuários e glorifica as funcionalidades da plataforma facilitando o acesso a gigantesca quantidade de músicas presente no serviço.

As dinâmicas complexas da indústria musical hoje se assentam em conceitos desenvolvidos em sua gênese pela escola de Frankfurt, não é possível destrinchar e entender toda essa complexidade sem retornar e referenciar os fundamentos que ainda hoje delineiam tamanha complexidade. Não obstante, os festivais de música também inserem-se nesse contexto, visto que as mudanças nos padrões de consumo de música afetam diretamente como os festivais são criados e organizados.

1.1 A indústria cultural

A Escola de Frankfurt surge como uma vertente, ou teoria social, associada ao Instituto de Pesquisa Social da Universidade de Frankfurt, na Alemanha, com o objetivo de estudar e possibilitar discussões acerca de temas que eram considerados tabus no meio acadêmico. Os filósofos associados à Escola basearam-se, principalmente, nas teorias desenvolvidas por Karl Marx para desenvolver suas ideias. Os dois principais teóricos que vamos abordar são Theodor Adorno e Max Horkheimer, que trabalharam os conceitos de Indústria Cultural através de ensaios e artigos escritos no século passado.

O conceito de indústria cultural surge através de uma crítica aos textos de Walter Benjamin desenvolvidos em “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”. Para Benjamin (1936), as obras de arte são munidas de uma “aura”, uma abstração dos princípios sutis da obra localizada, que se desfaz quando os objetos são reproduzidos infindavelmente. Esse processo rompe com o ciclo original de produção da arte e ganha uma dimensão social ampliada. Enquanto Benjamin encara esse processo com uma visão otimista de democratização da cultura e emancipação do indivíduo, Adorno e Horkheimer trazem outra perspectiva.

O conceito de Indústria Cultural foi definido em “Dialética do Esclarecimento” (1947) e pode ser definida como a junção entre diversos meios de comunicação em

massa que visam lucrar criando produtos culturais munidos da ideologia liberal e capitalista através de técnicas industriais de padronização e serialização dos bens de consumo. Esses produtos visam alienar o consumidor, que através deles busca escapar das mazelas do modo de trabalho na realidade capitalista, porém, encontra nesses produtos uma reflexão da realidade que, ao invés de realizar esse escape, neutraliza sua reflexão. Nesse processo, o produto legitima-se pelo consumo que, por consequência, legitima-se pelo próprio produto.

A indústria cultural surge como um desdobramento da revolução industrial, movimento que modificou o tecido social. Se antes a sociedade era conduzida por um projeto político e ideológico, agora a sociedade é conduzida pela técnica. Esse desdobramento da técnica como norteador da sociedade abrange todas as esferas humanas, não obstante a cultura é fagocitada nesse processo. Costa, Palheta, Mendes e Loureiro explicam:

A sociedade industrial reinventa modos de subjetivação, modelando o cotidiano e influenciando a esfera da cultura. Adorno observou de maneira direta a interferência da indústria na esfera cultural, pois o povo não participa desses produtos culturais, consumidos em larga escala; estamos diante de uma mecânica e de uma ordem industrial (2003).

Os processos industriais atribuídos na produção de bens culturais transformam eles, simplesmente, em pura mercadoria. Os produtos são padronizados, feitos em grande escala e seguem uma linha estética idêntica: “a técnica da indústria cultural só chegou à standardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguia da lógica do sistema social” (ADORNO E HORKHEIMER, 1947, p. 6).

Tais produtos possuem um fim para além do lucro gerado aos donos do meio de produção. Eles carregam em si a ideologia liberal desses donos, sua função é fazer com que as massas se enxerguem na realidade criada pelos produtos culturais, porém, essa realidade é mais atraente. Se o produto cultural é uma reflexão da realidade, essa reflexão pode e é também construída através de uma lente que é a mesma utilizada pelos monopolistas para enxergar o mundo (COSTA, PALHETA, MENDES, LOUREIRO, 2003). Essa alienação não ocorre de forma direta, é o divertimento que o faz tão interessante de ser consumido. Para fugir da dureza do dia a dia, provocada pelo modo de trabalho na sociedade capitalista, o povo necessita de uma válvula de escape e encontra nos produtos culturais a

realização desse desejo. O tempo ocioso do trabalhador é tomado pela diversão, que

é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada pelos que querem se subtrair aos processos de trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização adquiriu tanto poder sobre o homem em seu tempo de lazer e sobre sua felicidade, determinada integralmente pela fabricação dos produtos de divertimento, que ele apenas pode captar as cópias e as reproduções do próprio processo de trabalho (ADORNO, HORKHEIMER, 2009, p. 18-19).

Adorno aborda a música popular nos textos “Sobre a música popular” (1941) e “O fetichismo na música e a regressão popular” (1963). Para Adorno, a música popular é estandardizada e padronizada, ela segue moldes que foram se cristalizando ao longo do tempo e, a partir desses moldes, outras músicas são criadas. O que solidifica a música é a repetição, que legitima as ideias e os trechos ao ponto de cativar a atenção do ouvinte. Esse processo cria uma ilusão de individualidade, pois o ouvinte escuta apenas um processo pré-digerido de composição, que é apresentado através de normas rígidas que definem o que deve ou não ser aceito pela população, a escolha é uma mera ilusão. Essa ilusão é o que é caracterizado pelo fetiche:

A Indústria Cultural lança mão de alguns artifícios para dar relevância às canções e incentivar o seu consumo, conferindo um caráter fetichista à música, que passa a ser gostada como se possuísse existência própria e criando a ilusão de identificação entre o ouvinte e a música. A promoção é um deles: a repetição incessante de um hit nas rádios (e atualmente na TV) quebra a resistência ao musicalmente idêntico e as reações habituais tornam-se automatizadas (SILVEIRA, 2013).

Nessa perspectiva, desde a revolução industrial e o surgimento dos meios de comunicação em massa, a indústria fonográfica é apenas mais uma dentro da lógica da indústria cultural, ou seja, a música no universo capitalista é mercadoria, é um objeto que aliena o consumidor e o faz escapar do dia a dia de trabalho. Entender esse papel da música na sociedade capitalista ajuda a entender como festivais de música se estruturam, também, a partir dessa perspectiva. Mesmo que a indústria cultural dite os processos e padrões de consumo da sociedade, existe um universo

que tenta fugir dessa indústria e criar contrapontos, ainda que apresentando algumas contradições. Entender os festivais de música também como elementos da indústria cultural é necessário para entender os casos a serem analisados.

2.0 O FESTIVAL E A MÚSICA

Os festivais de música são eventos comunitários com performances musicais apresentadas a uma platéia diversa com um tema em comum, seja ele a nacionalidade dos artistas, o gênero musical, um feriado ou uma celebração, que possuem um programa musical que não pode ser encontrado em outros festivais. Esses eventos são organizados por indivíduos ou por empresas, que visam juntar a experiência proposta pelos artistas para uma platéia e são motivados tanto pela importância cultural desses eventos quanto pelo lucro que estes proporcionam para as organizações dispostas a realizá-los. Além disso, festivais têm uma expectativa de sazonalidade ou frequência, podendo ocorrer de forma anual ou até mesmo mensal (HOLT, 2020, p. 160).

Na perspectiva das teorias sociais, festivais de música carregam “visões de mundo” em seu cerne. Entendendo os festivais como eventos culturais, é importante posicionar que esses eventos carregam símbolos, valores e elementos das culturas nas quais são desenvolvidos. A junção desses elementos e desses símbolos estruturada através das relações sociais históricas pertencentes às culturas locais constitui uma “visão de mundo”. Ou, como descrito por Holt:

[...] eventos festivos evoluem das relações sociais e, portanto, também dos sistemas de valores e mitologias do cotidiano ao longo de uma longa história cultural, eventos festivos celebram e institucionalizam mundos simbólicos coletivos que são classificados sob o termo “visões de mundo” (HOLT, 2020, p. 164, tradução nossa).

Esse conceito tem raízes em diversos campos das ciências sociais, principalmente na perspectiva da sociologia e da antropologia. Um dos desenvolvimentos desse tema que mais chamam a atenção para este trabalho é o conceito de “performance reflexiva” por Victor Turner no livro *The Anthropology of Performance* (1988). Nessa perspectiva, as performances culturais não são meros “espelhos” das ações dos indivíduos localizados nas suas culturas, mas sim reflexões sobre as suas ações que conversam com as performances e são continuamente refletidas de volta e entre o povo dessa cultura. As mensagens codificadas nessas performances são dependentes do meio na qual elas são enviadas e ganham novos significados quando trocam o meio (1988, p. 24)

Essa reflexão é importante pois traz novos significados para o entendimento da “visão de mundo”, sendo ela não um elemento que constitui apenas uma ideia de enxergar um mundo como ele é, mas sim sobre agir e ser nesse mundo, refletir, reagir e mudar não apenas ele, mas também de acordo com ele. Nos festivais, esse tipo de atuação é concretizada, sendo os festivais realizados de acordo com essa visão e carregando essas visões.

As visões de mundo de um festival não são independentes de quem o realiza, organiza e participa. Quando realizados em larga escala, festivais tendem a ter uma raiz “comercial”, que vamos explorar mais adiante. Por outro lado, quando realizados em pequena escala, os festivais estão quase sempre relacionados a uma “cena” de música - ainda que festivais comerciais de larga escala tenham como público uma cena específica, isso não significa que eles sejam realizados ou representados por ela.

Uma cena de música pode ser classificada em duas frentes: uma veia jornalística, que, primeiramente, utilizou-se desse termo e vem carregando essa definição de acordo com pressupostos estabelecidos no senso comum, e uma veia acadêmica, que busca definir com mais precisão e analisar a forma como esse conceito estruturou-se ao longo do tempo. Portanto, cena de música é um termo utilizado para “designar os contextos nos quais grupos de produtores, músicos e fãs coletivamente compartilham seus interesses musicais comuns e coletivamente diferenciam-se dos outros” (BENNETT, PETERSON , 2004, p. 1, em tradução nossa).

Segundo os autores, as cenas de música podem ser classificadas em 3 categorias: local, translocal e virtual.

A primeira, a cena local, corresponde mais de perto à noção original de uma cena como sendo centrada em um foco geográfico específico. O segundo, cena translocal, refere a cenas locais amplamente dispersas que se conectam em uma comunicação comum em torno de uma forma distinta de música e estilo de vida. A terceira, cena virtual, é uma formação emergente na qual pessoas espalhadas por grandes distâncias físicas criam a sensação de uma cena por meio de fanzines e, cada vez mais, através da Internet (BENNETT, PETERSON, 2004, p. 6-7, em tradução nossa).

Podemos afirmar que essas definições são importantes para entender o conceito de uma cena e serão a base do texto, mas é interessante avaliar a atualidade desses conceitos em um contexto mais contemporâneo. O texto, escrito em 2004, não considerava as possibilidades da internet em desenvolver as cenas de formas distintas que, devido ao contexto histórico, não foram abordadas através do texto. As cenas virtuais, como descritas no livro, são cenas que se comunicam e existem através da internet ou *fanzines*. Hoje, as *fanzines* caíram em desuso e não é mais possível entender uma cena sem considerar a internet como sendo um aspecto essencial para a existência dela. O que vamos verificar mais adiante no estudo de caso é como uma cena pode comunicar-se e organizar-se através da internet e existir ao mesmo tempo de forma translocal, o que permite uma nova categorização nessa perspectiva.

A relação entre as cenas de música e os festivais conecta-se através das visões de mundo que essas cenas carregam em comum e como elas são inseridas na realização dos festivais. Cenas de música são também exemplos de como indústrias locais surgem a partir de interesses comuns de forma informal e florescem em questões maiores (BENNETT, PETERSON, 2004 p. 5).

Nessa perspectiva, existe uma clara relação entre os conceitos desenvolvidos. Cenas de música são munidas de visões de mundo e carregam esses símbolos ao realizar um festival. Através dos festivais e as performances neles contidas, as pessoas dessas cenas criam uma reflexão do mundo em que elas vivem e constituem-se e desenvolvem-se através desses elementos. Entender os festivais de música é entender as cenas de música neles contidas, e entender a história dos festivais de música ajuda a entender como essas relações históricas de performances reflexivas se estruturam ao longo do tempo.

2.1 História dos festivais de música no Mundo

Os festivais de música evoluíram a partir de celebrações anuais nas catedrais de Londres no século XVIII. Com o tempo, essas celebrações tornaram-se independentes da Igreja e ganharam um caráter secular, que tornou-se parte da esfera cultural burguesa do período. Esse tipo de tradição inspirou eventos similares a tomarem forma na Europa. Essas raízes são evidentes nos festivais formados a

partir da Revolução Francesa, que eram organizados organicamente por associações cívicas locais e de forma amadora. (HOLT, 2020, p. 168-169)

O modelo mais contemporâneo de festival começou a ganhar forma a partir da tradição burguesa alemã com o Lower Rhine Festival estruturando-se a partir dessas influências. Esse festival começou a ser associado a instituições musicais respeitadas e tinha um repertório voltado para apresentações orquestrais. Ainda que a participação popular fosse bem vinda e tivesse espaço no festival, com o tempo, esse evento foi ganhando características mais comerciais e artistas renomados foram ganhando espaço no festival no lugar de artistas locais (HOLT, 2020, p. 170). Essas características são remetentes a diversos festivais contemporâneos como vamos abordar mais a frente.

Devido a crescente competição, o Lower Rhine Festival começou a passar por diversas crises financeiras que, eventualmente, levariam ao cancelamento do festival. Esse período coincide com a Segunda Guerra Mundial e o surgimento dos regimes totalitários, que também apresentaram formatos de festivais com presença musical, ainda que com características diversas. Esses festivais realizados tanto na Alemanha nazista quanto na União Soviética socialista eram formas de utilizar da cultura como propaganda. Além disso, esses regimes “favoreciam eventos de massa em lugares públicos urbanos com marchas e desfiles que demonstravam poder e controle” (ROLF 2006/2013, apud, HOLT p. 175, em tradução nossa).

É somente no período pós-guerra que festivais de música começam a ganhar as características que hoje identificamos comumente nesses eventos. Os festivais desde os primórdios sempre carregaram consigo visões de mundo, sejam elas associadas a sentimentos revolucionários, como na Revolução Francesa, ou à burguesia tradicional, como na tradição alemã. Nesse período, as visões de mundo humanista começam a tomar forma, sendo o *World Festival of Youth and Students* um exemplo claro desse sentimento. Desenvolvido a partir do modelo soviético, esse festival carrega as sensibilidades do socialismo global, ainda que não um festival de música em si, o evento continha em sua programação participações de artistas e bandas (HOLT, 2020 p. 177).

Um dos festivais mais emblemáticos só viria a ocorrer em 1969 ao norte do estado de Nova Iorque na cidade de Bethel. O *Woodstock Music & Art Fair* marcou a história dos anos 60, virou um símbolo de uma geração que carregava as mensagens de paz e amor do movimento hippie e aplicou o senso comunitário

durante a realização do festival (RUAS, DUARTE, 2014). Esse festival carrega as visões de mundo de sua época e sintetizou-as em sua realização. Ainda que o festival tenha vindo a ter edições futuras, essas reproduções representaram uma tendência comum aos festivais de que o espaço para as visões de mundo constituídas pelas pessoas que participam e realizam o festival são deixadas de lado para que interesses comerciais e mercadológicos ganhem espaço.

Diversos outros festivais seguiram o modelo do *Woodstock* nos anos seguintes, como o *The Isle of Wight*, realizado na Inglaterra de 1968 a 1970, o festival de Glastonbury que começou também na Inglaterra em 1970 e é realizado até os dias atuais, e o Lollapalooza, que foi realizado pela primeira vez em 1991 e teve edições anuais até 1997, a retomada do festival foi em 2003 e ele é realizado até hoje em diversos lugares do mundo (RUAS, DUARTE, 2014).

Desde os anos 2000 em diante, o número de festivais aumenta consideravelmente e os novos padrões de consumo aliados às novas tecnologias nos processos de ouvir e conhecer música floresceram novos festivais. Na página de lista de festivais de música da wikipédia², por exemplo, encontram-se uma gama enorme de festivais diversos pelo mundo todo, sendo a maioria criada a partir dos anos 2000. Esse processo é relacionado não somente com as mudanças no consumo da música, mas também com a mudança na estrutura dos festivais, os quais muitos perdem as características locais e adotam as influências da cultura anglófona global. Essas mudanças são observadas na cooptação da estrutura de festival das éticas hippies dos anos 60 pela indústria para pivotar para interesses comerciais em troca da ausência de visões de mundo humanistas. Sobre essa cultura Holt afirma:

As ações em relação à ética da cultura pop em festivais hippies desenvolveu-se em estratégias de *branding* durante o boom de festivais nos anos 2000. A ética virou um meio para criar um senso de autenticidade, propósito e uma visão de mundo. Ao invés de se desenvolverem a partir de movimentos sociais, os festivais apresentam pequenos elementos de tais movimentos de forma controlada e compartimentalizada. Os festivais não articulam uma visão de mundo de forma explícita, mas fazem menções discretas e gestos vagos que as pessoas que vão aos festivais podem

² Wikipedia, List of Music Festivals, Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_music_festivals#External_links
Acesso em: 12 out. 2024

interpretar livremente ou facilmente ignorar (2020, p. 195, em tradução nossa).

É importante notar que essas mudanças são a realidade dos festivais contemporâneos. As estruturas entre os festivais são semelhantes e elas baseiam-se em uma cultura anglófona global, a qual dita os rumos e os artistas desses festivais. O primeiro problema encontra-se justamente na falta de apoio que esses festivais trazem para artistas locais. Mesmo quando artistas locais são privilegiados nos festivais, seja pelo festival ser realizado por empresas locais ou não, são sempre grandes nomes da indústria fonográfica que aparecem como o foco desses eventos. Ademais, o interesse desses festivais na cultura e na ética do seu público é limitada, demonstrado e apontado também por Holt ao afirmar que “É ilustrativo que, quando a indústria dos festivais começou a responder às acusações de assédio sexual nos anos 2010, esse fenômeno foi interpretado por eles como um problema de relações públicas e imagem” (2020, p. 196, em tradução nossa)

Vamos verificar agora a história dos festivais de música no Brasil e entender as semelhanças e as diferenças do processo histórico global do surgimento e desenvolvimento dos festivais. Também vamos entender o cenário contemporâneo e avaliar como este não é diferente da realidade global. A cultura anglófona é extremamente presente e influente tanto no modelo quanto na presença dos artistas dos festivais brasileiros, sejam festivais independentes ou estritamente relacionados aos grandes nomes da indústria fonográfica.

2.2 História dos festivais de música no Brasil

O primeiro festival de música do país foi realizado em 1954 em São Paulo. Neste ano, o radialista Almirante buscou homenagear Pixinguinha e buscou músicos como Donga, João da Baiana, Bide da Flauta, Bororó, Benedito Lacerda e Baden Powell do Rio de Janeiro para realizar o primeiro Festival da Velha Guarda. O festival foi um sucesso e uma segunda edição viria a acontecer em 1956.³

³ R7 Entretenimento. Pixinguinha: O Festival da Velha Guarda vira programa na TV Record. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/prisma/testemunha-da-historia/pixinguinha-donga-e-o-festival-da-velha-guarda-se-tornou-um-sucesso-12072023/>
Acesso em: 26 out. 2024

Na década de 60 surgiram festivais como o Festival de Música Popular Brasileira, promovido pela TV Excelsior e posteriormente pela Rede Record e o Festival Internacional da Canção, da Rede Globo, que marcaram a década e ajudaram a impulsionar grandes nomes da MPB. Esses festivais eram uma espécie de competição, inspirados nos concursos de músicas carnavalescas da primeira metade do século XX, eles promoviam novas composições e os juristas premiavam as melhores. Sobre esse tema, Zuza Homem de Mello comenta que:

Como em música popular novas manifestações geralmente implicam em obras inéditas, quando se fala em festival de música popular no Brasil, a ideia é mesmo de uma competição de canções, a exemplo do que também existe em Viña del Mar, no Chile, e em San Remo, na Itália. Não é pois uma competição entre grupos, entre bandas ou intérpretes. Os concorrentes são de fato os autores das obras, os compositores e letristas (HOMEM DE MELLO, 2003, p. 13).

Esses festivais eram de grande sucesso, tanto de público quanto de mídia, e eram considerados alguns dos eventos mais importantes do país. Esse modelo durou até o final da década de 70, deixando de serem executados devido à saturação do formato.

Em 1985, em meio a eleição presidencial de Tancredo Neves, ocorreu a primeira edição do Rock in Rio. Nessa época, os shows internacionais no Brasil eram escassos e muitos artistas internacionais não se apresentavam fora do eixo Europa/Estados Unidos. Com um público estimado em 1,4 milhões de pessoas⁴, o histórico festival aconteceu em sua primeira versão na Cidade do Rock e mudou o rumo da indústria musical no país.

Realizado pela primeira vez em 1985, em meio a eleição presidencial de Tancredo Neves, marcando o fim de 21 anos de regime militar, o Rock in Rio apresentou uma nova receita, um novo conceito de evento, oferecendo ao público brasileiro o creme de la creme da música em um mesmo lugar. Mais do que um simples festival, contribuiu significativamente para a consolidação do então nascente rock brasileiro e, ao acabar com a desconfiança quanto à capacidade do Brasil de promover shows de grandes proporções, ajudou a inserir o país na rota das turnês dos astros internacionais que raramente passavam por aqui (CARNEIRO, 2011, apud CORREA, 2012, p. 67).

⁴ BBC News Brasil. Rock in Rio, 40 anos: por que 1ª edição do festival foi 'a melhor de todas'. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cx2l2e8yeg4o>
Acesso em: 26 out. 2024

Nessa mesma época, as marcas de cigarros, especialmente as da empresa Souza Cruz, começaram a patrocinar os festivais com o objetivo de criar uma identificação da marca com o público desses eventos. Surgem, então, festivais como o Hollywood Rock, que tinha moldes semelhantes ao *Rock In Rio* e trouxe artistas de nome da indústria fonográfica, e o *Free Jazz Festival*, que apesar de não ser necessariamente um festival de Jazz, apresentava um *line-up* para um público com um gosto musical mais “refinado” (CORREA, 2012, p. 68).

Com a lei antitabagista entrando em vigor em 2003, os festivais de música não poderiam mais ser patrocinados pelas marcas de cigarro. Assim, as empresas de telefonia móvel e de marcas de bebida começaram a ocupar esse espaço visando o mesmo público desses festivais.

Na mesma linha, festivais semelhantes em sua curadoria indie aliaram-se a uma marca ou operadora de celulares, a exemplo do Motomix (2007-2009), da Motorola, Nokia Trends, da Nokia e Claro que é Rock (2006), da operadora Claro. Quando não são os telefones, são as marcas de cerveja, como no Skol Beats (2000-2008), ou empresas de internet, como no Curitiba Pop Festival (2003-2004), e Planeta Terra (2007-2011), dos provedores Pop e Terra, respectivamente (CORREA, 2012, p. 71).

Em 2010 e 2011, aconteceram as edições do *SWU Music & Arts Festival*, um acrônimo para *Starts With You*, festival que nasceu de uma iniciativa do Eduardo Fischer, publicitário e idealizador do evento, que buscava criar um movimento focado em sustentabilidade, no qual as pequenas ações fariam a diferença no planeta⁵. O festival teve problemas de estrutura e sofreu com a concorrência na época. Não houveram edições futuras, porém a marca do festival é clara, visto que a sustentabilidade vem tornando-se uma pauta mais frequente entre os festivais.

Em 2012 também ocorreu a primeira edição do Lollapalooza no Brasil. O festival aconteceu em abril no Jockey Club⁶ e hoje é um dos maiores festivais de

⁵ SWU. O que é SWU? Disponível em: <http://www.swu.com.br/movimento-swu/o-que-e-swu/>
Acesso em: 02 nov. 2024

⁶ Folha de São Paulo. Festival Lollapalooza deve ter edição em SP em 2012. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2011/07/938604-festival-lollapalooza-deve-ter-edicao-em-sp-em-2012.shtml>
Acesso em: 02 nov. 2024

música no país, atraindo um público de mais de 240 mil pessoas no Autódromo de Interlagos⁷.

Ainda sim, a realização dos festivais sempre esteve sob o fantasma do cancelamento. Em 2009, após a crise econômica americana, o mercado não se mostrava propício a realização de festivais. O principal motivo era decorrente do patrocínio necessário para a sua realização⁸. Como muitos desses eventos eram patrocinados por empresas de telefonia e por marcas de bebidas, esse orçamento de marketing era revisto em meio a crises, sendo outras estratégias mais econômicas privilegiadas. Dessa forma, diversos festivais que dependiam desses patrocínios tiveram suas últimas edições realizadas no começo dos anos 2010.

Não obstante, o cenário contemporâneo de festivais de música não é muito diferente. No final da década de 2010, muitos festivais floresceram. Segundo o site Mapa dos Festivais e de acordo com uma pesquisa realizada pela Sympla (plataforma de venda de ingressos) e a SIM São Paulo, entre 2016 e 2018, cerca de 1928 festivais aconteceram no Brasil e a projeção para 2019 apresentava ainda mais festivais. Durante a pandemia, os festivais não puderam ser realizados. Então, em 2022, ocorreu um “boom” de festivais⁹ motivado tanto pelo público interessado na volta dos eventos presenciais quanto pelos interesses do mercado em criar uma demanda para esses tipos de eventos. Esse interesse gerou um aumento considerável no número de festivais, de modo que o site, em 2022, mapeou 125 festivais, e, em 2023 somente até junho, foram mapeados 183 festivais.

Esse “boom” dos festivais realmente não se mostrou saudável, tanto que, em 2024, o que vemos é uma onda de cancelamentos de festivais pelo país. Motivados por mudanças climáticas, aumento de custos na cadeia de produção, competição acirrada, falta de patrocínio e baixa demanda, os festivais não conseguem proporcionar uma experiência interessante para os clientes e não conseguem fechar

⁷ Rolling Stone. Lollapalooza em números: edição de 2024 teve público de 240 mil pessoas; veja dados. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/musica/lollapalooza-em-numeros-edicao-de-2024-teve-publico-de-240-mil-pessoas-veja-dados/>

Acesso em: 02 nov. 2024

⁸ Folha de São Paulo. Crise econômica retrai festivais de música patrocinados. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2009/07/595192-crise-economica-retrai-festivais-de-musica-patrocinaos.shtml>

Acesso em: 02 nov. 2024

⁹ Mapa dos Festivais. O Boom dos Festivais de Música Brasileiros é Sustentável? . Disponível em: <https://mapadosfestivais.com.br/o-boom-dos-festivais-de-musica-brasileiros-e-sustentavel/>

Acesso em: 03 nov. 2024

a conta para a sua realização. Festivais como o Primavera Sound, que vamos explorar mais adiante como um estudo de caso, anunciou que, em 2024, não terá uma nova edição, ainda que seus ingressos antecipados já haviam sido vendidos. Também, segundo o site Mapa dos Festivais, até agosto de 2024, 31 festivais tiveram alterações. Destes, 14 foram cancelados, 15 foram adiados e 2 tiveram redução no número de dias de evento.

O cenário contemporâneo gera dúvidas quanto à realização dos festivais de grande porte. Porém, festivais independentes seguem sendo um ponto fora da curva.

2.3 Festivais independentes e as cenas locais

O cenário contemporâneo dos festivais é muito diverso. Com as mudanças na indústria da música e no consumo de música pelas pessoas, o alcance dos festivais tornou-se muito maior. Transformou-se em possível mesclar mais gêneros e atrair mais pessoas. Porém, os grandes festivais tendem ainda a centralizar as principais atrações em personas da cultura global anglófona em detrimento da promoção de visões de mundo humanistas. Sobre essa perspectiva, Holt (2020) afirma que

Apesar dos grandes festivais contemporâneos de música existirem nos governos democráticos, sua programação deixa, surpreendentemente, menos espaço para visões de mundo centradas em paz global e multiculturalismo. O festival de música popular corporativo cria um ambiente de consumo que não acomoda movimentos sociais e geralmente não inclui performances políticas. Além disso, a indústria de música ao vivo geralmente é bem retratada na mídia e não tem sua ética e moral indagada pelos jornais e seus públicos (HOLT, 2020, p. 179).

A realidade da cultura anglófona global é que ela é uma cultura essencialmente consumerista. Com as mudanças advindas da globalização, promover uma cultura de consumo tornou-se um interesse central para a nação americana. Expandir os interesses da indústria cultural significa ter um público consumidor maior e inculcar a ideologia americana através desses produtos, ou seja, falar de uma cultura anglófona é falar de uma cultura de consumo (HOLT, 2020, p. 197). E essa é a cultura que permeia a realização dos festivais de grande porte,

sejam esses festivais do eixo Estados Unidos/Europa ou festivais brasileiros, o modelo é o mesmo e os interesses também.

Esse contexto de festivais de grande porte cria um vácuo na indústria, se festivais de larga escala preocupam-se em promover artistas renomados e lucrar com os públicos desses festivais, o que sobra para artistas pequenos e independentes da indústria? O surgimento de festivais independentes também é importante para a nossa análise. Devido ao contraste com os grandes festivais, é importante adentrar nos detalhes e na história dos festivais independentes no Brasil, assim como na relação deles com as cenas locais e na importância desses festivais para essas cenas.

A ideia do *indie* ganha forma justamente no final da década de 70 e começo dos anos 80. De acordo com o site *rateyourmusic*¹⁰, um dos principais *websites* para discussão de música na internet, o termo *indie* “foi criado no final da década de 70 para categorizar bandas de Punk Rock e Post-Punk que iriam lançar música de forma independente em uma indústria dominada por grandes gravadoras”. Esse movimento de músicas independentes carrega em seu cerne a ética do DIY, (faça você mesmo, em tradução literal), que foi propiciada pela diminuição nos custos de equipamentos de gravação na época.

Esse movimento não tem uma sonoridade definida, visto que ele surge da vontade de criar música sem estar ligado aos interesses comerciais das grandes gravadoras. Dessa forma, o que se pode afirmar sobre a sonoridade do movimento é que ela é atrelada ao interesse não comercial, o que propiciou novas possibilidades sonoras que não eram vistas com bons olhos pelas massas. Gêneros como *noise rock* surgiram através dessas relações e bandas como *Sonic Youth*, *Hüsker Dü* e *Pixies* puderam lançar seus discos sem preocuparem-se com agradar grandes gravadoras e limitar suas possibilidades artísticas.

Vale ressaltar que o *indie* existe em contraponto ao meio comum, o *mainstream*, visto como o lugar comum e principal da indústria da música, onde o fluxo de dinheiro e interesses está centrado.

O *mainstream* seria o equivalente a um fluxo principal, detentor dos produtos culturais elaborados de maneiras reconhecidamente eficientes, por meio de relações com elementos fundantes de obras consagradas e que

¹⁰ Rate Your Music. Indie Rock. Disponível em: <https://rateyourmusic.com/genre/indie-rock/>
Acesso em: 03 nov. 2024

possuem um sucesso relativamente garantido (FILHO, JUNIOR, 2006, apud SANTIAGO, 2017, p. 56).

As fronteiras entre o *indie* e o *mainstream* também são obtusas, não existe uma separação clara entre o começo de uma e o fim da outra. Porém, é importante ressaltar e considerar a existência de ambas. Segundo Herschmann (2010):

Se, por um lado, as fronteiras entre o mundo do mainstream (coordenado em geral pelas majors) e o independente (indies) hoje não são tão claras assim – apresentam-se cada vez mais frágeis ou “porosas” –; por outro lado, não parece haver dúvidas de que é necessário ainda fazer um uso (cuidadoso) das noções que demarcam esses territórios (que sugerem que estes mundos e seus negócios guardam uma relativa autonomia entre si), pois essas fronteiras ainda são tomadas como referências relevantes pelos atores sociais envolvidos na indústria da música (HERSCHMANN, 2010, p. 9-10).

O surgimento dos festivais independentes no Brasil começou com o Abril Pro Rock em Recife-PE e o Juntatribu, em Campinas-SP. Esses festivais surgiram justamente pela falta da presença de festivais que estavam fora do eixo RJ-SP. Ambos os festivais surgiram de contextos amadores e com uma produção de baixo custo. O Juntatribu, por exemplo, foi realizado na Unicamp (CORREA, 2012). Ambos os festivais foram importantes para o desenvolvimento de futuros eventos e abriram portas tanto para um novo mercado de festivais independentes quanto para bandas que estavam fora do radar das grandes gravadoras.

Como tudo que é produto da indústria cultural, o *indie* também seria cooptado e transformado em um produto cultural. No Brasil, os festivais independentes surgiram com a mesma ética, porém foram cooptados pela indústria como plataformas para lançar futuros grandes nomes de mercado.

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

Como exploramos anteriormente, o começo dos anos 2000 foi uma era de “crise” na indústria fonográfica. Entende-se essa crise como um processo de transição em que novas iniciativas ganharam visibilidades e transformações nos

processos de consumo trouxeram novas possibilidades para o mercado, sejam eles *mainstream* ou *indie*. Sobre essa transição Correa (2012) afirma:

Observa-se que a crise permitiu o espaço para que os independentes ganhassem um lugar próprio e não só o de complementaridade para as majors. O esquema que se via até então, funcionava com o papel do pequeno em revelar o artista para que depois assinasse com as grandes gravadoras. Ou seja, o independente era encarado mais como um estágio que um mercado propriamente de música (CORREA, 2012, p. 79).

A realidade dos festivais de música independente sempre foi dura. a falta de incentivos e patrocínios levam a uma dependência de empresários locais para sua realização aliados a políticas públicas de incentivo. Dependendo dessas formas de financiamento traz incertezas para a realização e manutenção desses festivais. (CORREA, 2012, p. 81) Nesse cenário complexo do começo dos anos 2000, diversos organizadores entenderam o cenário e organizaram-se para buscar por condições melhores para a realização dos festivais. Esse movimento culminou com a criação da Abrafin, a Associação Brasileira de Festivais Independentes, em 2005.

O cenário exposto é que existe uma dicotomia na indústria dos festivais. Um lado realiza festivais em larga escala, associado a patrocínios e aliado a indústria fonográfica, seja para promover os grandes artistas ou lucrar através do público desses artistas. Atualmente, esses festivais são instituições comerciais que não carregam visões de mundo humanistas e, quando carregam algum valor semelhante, são por interesses de *branding*. O outro lado são os festivais independentes, que sofrem para conseguir patrocínio, estão à mercê das grandes gravadoras e, quando são notados, são como um “estágio” para que possíveis artistas das cenas independentes viam apostas que essas grandes gravadoras possam fazer. O que não há dúvidas é que o impacto dos grandes festivais no desenvolvimento de cenas locais é mínimo (e vamos explorar mais adiante esse argumento no estudo de caso), mas qual o impacto de festivais independentes no desenvolvimento dessas cenas?

No ensaio *Music Festivals as Scenes: Examples from Serious Music, Womyn's Music, and SkatePunk* disponível no livro *Music Scenes, Local, Translocal and Virtual* (2004) é feito um estudo sobre três festivais com características muito distintas, tanto de gênero musical quanto de espaço histórico. Nesse estudo, os festivais foram estudados como cenas próprias ou extensões dessas cenas.

Um dos temas desenvolvidos é que os festivais enquadram-se em 3 dimensões que caracterizam a organização e realização dos festivais. A primeira dimensão é relacionada à intensidade, os festivais são momentos de celebração coletiva e estão fora da ordem comum do cotidiano, sendo espaços para que os festivaleiros possam ser quem eles são sem se preocupar com as normas da sociedade. A segunda dimensão refere-se ao trabalho de “margem” (em tradução livre de *boundary work*) que se refere aos trabalhos que atuam no limite entre onde começa e termina a cena, no caso do *Womyn’s Music* isso é refletido no movimento anti-trans do festival, que defende que apenas “mulheres nascidas mulheres” podem participar e ser reconhecidas pela cena, excluindo mulheres trans. Por fim, a terceira dimensão refere-se ao impacto do festival, seja isso refletido na cena através da manutenção da sua existência ou na vida dos membros dessa cena.

Essas 3 dimensões são pontos importantes para a análise, pois identificam características únicas dos festivais independentes em relação ao espectro dos festivais de grande porte. Essas características permitem analisar com mais clareza o papel dos festivais no desenvolvimento de cenas locais.

Além disso, é importante entender como a comercialização cria pontos de tensão entre os festivais e as cenas (DOWD, LIDDLE, NELSON, 2004, p. 158). No ensaio, o festival *Vans Warped Tour* foi um dos casos estudados, e, nesse festival, o patrocínio comercial gera tensões na cena que não são facilmente resolvíveis, apesar de justificáveis:

Organizadores da turnê trabalham dentro dos limites no que tange artistas adequados ao festival e públicos desejados, mas violam ideais do *skate punk* por depender de patrocínio corporativo. Nos bastidores tem uma fusão desconfortável de ideais do *punk-rock* e interesses corporativos. Lyman [organizador e fundador do festival] insiste que a turnê é para crianças, mas conforme essa versão comercializada do *skate punk* cresce, ela ameaça tomar controle da cena (DOWD, LIDDLE, NELSON, 2004, p. 160-161, em tradução nossa).

3.0 ESTUDOS DE CASO

Atualmente, o tópico de festivais de música vem sendo analisado por perspectivas diversas. Entretanto, poucas dessas perspectivas alinham-se com o estudo social da música e com a etnomusicologia. Segundo Holt (2020), o estudo de festivais é pouco explorado na área da musicologia e, quando explorado, é em estudos de casos específicos por amantes dos festivais a serem estudados ou em outras perspectivas, geralmente em campos relacionados ao turismo, ao impacto do evento em economias locais ou ao marketing e estudos administrativos.

Neste trabalho, vamos ater-se à perspectiva do estudo de casos múltiplos para analisar dois festivais de música realizados na cidade de São Paulo e entender, de acordo com o referencial teórico abordado nesta monografia, o impacto desses festivais nas cenas locais de música, também na cidade de São Paulo.

Um estudo de caso, de acordo com Robert Yin, é uma metodologia de pesquisa que utiliza premissas pré-estabelecidas buscando investigar um assunto empírico. Segundo essa definição, afirma-se que

A essência de um estudo de caso, a principal tendência em todos os tipos de estudo de caso, é que ela tenta esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados (SCHRAMM, 1971 apud. YIN, 2001).

Nessa perspectiva, vamos explorar dois festivais de música realizados na cidade de São Paulo entre os anos de 2022 e 2024. Primeiramente, vamos explorar o Primavera Sound, que teve edições tanto em 2022 como em 2023, e, em um segundo momento, vamos explorar o Banda de Casinha, um festival de música que tem edições aproximadamente a cada 2 meses desde novembro de 2023. Para esse estudo, vamos utilizar tanto de fontes primárias de informação, disponíveis nos principais canais de comunicação dos festivais quanto na mídia tradicional, quanto de observações de participantes dos eventos, assim como entrevistas com pessoas que visitaram o festival. Nesse contexto, vale ressaltar que o estudo acerca do Primavera Sound não vai contar com entrevistas realizadas *in loco*, visto que o festival teve sua edição cancelada em 2024 e, mesmo que se o festival ocorresse, a edição de 2024 estava prevista para acontecer após a entrega do trabalho. Então, o estudo de caso do Primavera Sound terá algumas limitações em comparação à

análise realizada no Banda de Casinha. Além disso, o Primavera Sound é um festival de larga escala e o contato com a organização não foi possível, visto que o acesso, nesses casos, é mais complexo, devido a questões internas da organização do festival. De qualquer forma, o tema será explorado de acordo com as premissas estabelecidas e através da observação participante realizada nas edições em que ele ocorreu.

A estratégia para a análise dos casos parte da associação entre os objetivos apresentados e o referencial teórico construído para efetivar a análise. Além disso, vamos estabelecer um esquema para a descrição dos festivais para estruturar a narrativa da análise. O esquema estrutura-se a partir dos seguintes tópicos:

1. Histórico e contextualização do festival
2. Cenas presentes no festival e seus públicos
3. Visão de mundo do festival
4. Impacto nas cenas locais

Dessa forma, através dos esquemas, vamos posicionar os festivais de acordo com o referencial teórico construído para entender o impacto dos festivais de música analisados nas cenas de músicas locais. Portanto, vamos posicionar os festivais de acordo com os elementos constitutivos da indústria cultural, visto que a indústria fonográfica é atrelada à indústria dos festivais e atua nela, compartilhando seus interesses. Também vamos entender os festivais de acordo com as visões de mundo que eles carregam e como essas visões conversam com as cenas de música presentes nos festivais. Por fim, essas relações vão ser a base da análise para concluir a discussão central desta monografia: entender como os festivais de música impactam as cenas locais na cidade de São Paulo.

3.1 Primavera Sound SP - 2022 e 2023

O nome Primavera Sound foi, primeiramente, utilizado em shows realizados na *KGB venue*, em Barcelona, a partir de 1994. Em 2001, o fundador do festival expandiu os planos e realizou um evento em escala maior no *Poble Espanyol*. O primeiro evento teve uma participação de 7.700 pessoas e o seu *line-up* constituía primariamente de bandas *indie* locais. No ano seguinte o festival começou a atrair nomes maiores para o seu *line-up*, como *Blur*, ícones do *Britpop*, uma característica

que perdura até os dias de hoje e que solidificou a presença de bandas *indies* no cerne da estética do festival.¹¹

Em 2005, com o crescimento do evento, o festival mudou o seu local de residência para o *Parc Del Fórum*, local no qual o festival é realizado até hoje. Apesar da essência indie ser uma constante no festival, a tendência nos últimos anos vem sendo dar mais espaço para grandes nomes da cultura anglófona global, principalmente dos gêneros de Hip-Hop e Pop. No Barcelona 2025, por exemplo, as 3 headliners do festival, *Charli XCX*, *Sabrina Carpenter* e *Chappell Roan* são grandes nomes do pop, enquanto grandes nomes atuais do *indie*, como *Idles*, *Fontaines D.C*, *LCD Soundsystem*, *Clairo*, *Haim*, *Beach House* e *Turnstile* ficam como headliners secundários. Esse processo fica alinhado ao que Holt (2020) aponta sobre as tendências dos festivais contemporâneos em adotar a cultura anglófona global e ter um direcionamento mais alinhado aos interesses da indústria fonográfica.

Em 2022, o Primavera Sound realizou sua primeira edição no Brasil nos dias 5 e 6 de novembro. A primeira versão ocorreu no sambódromo do Anhembi e teve nomes como *Arctic Monkeys*, *Björk*, *Beach House*, *Gal Costa*, *Interpol*, *Mitski*, *Travis Scott*, *Lorde*, *Arca*, *Charli XCX*, *Father John Misty* e *Phoebe Bridgers* como headliners do festival. Novamente, grandes nomes da cultura anglófona são colocados no palco. Ainda que diversos desses artistas nunca fizeram um show no Brasil, o que empolgou muito o público, o festival incluiu apenas um artista Brasileiro como headliner no *line-up*. De forma geral, artistas brasileiros estiveram presentes em shows menores ou como shows de abertura no Primavera na Cidade (evento com shows solos de alguns artistas do *line-up* do festival na semana anterior ao evento em locais diversos na cidade de São Paulo). Alguns dos artistas brasileiros que passaram pelo festival em 2022 são L7NNON, Badsista, Cashu b2b Isabella, Giovani Cidreira, Jonathan Ferr, Josyara, Luccas Carlos, Tasha & Tracie, Tim Bernardes, Hermeto Pascoal, MC Dricka, Amaro Freitas, Don L, Gop Tun, Jovem Dionísio, Julia Mestre, Maglore, Medulla, Selvagem e Terno Rei.¹²

¹¹ Barcelona, Metropolitan. The Sound of Success Disponível em: <https://www.barcelona-metropolitan.com/features/the-sound-of-success/>
Acesso em: 09 nov. 2024

¹² Exame. Arctic Monkeys, Travis e Lorde: confira o lineup do Primavera Sound 2022. Disponível em: <https://exame.com/pop/primavera-sound-lineup-programacao/>
Acesso em: 09 nov. 2024

Figura 1 - Primavera Sound São Paulo em 2022

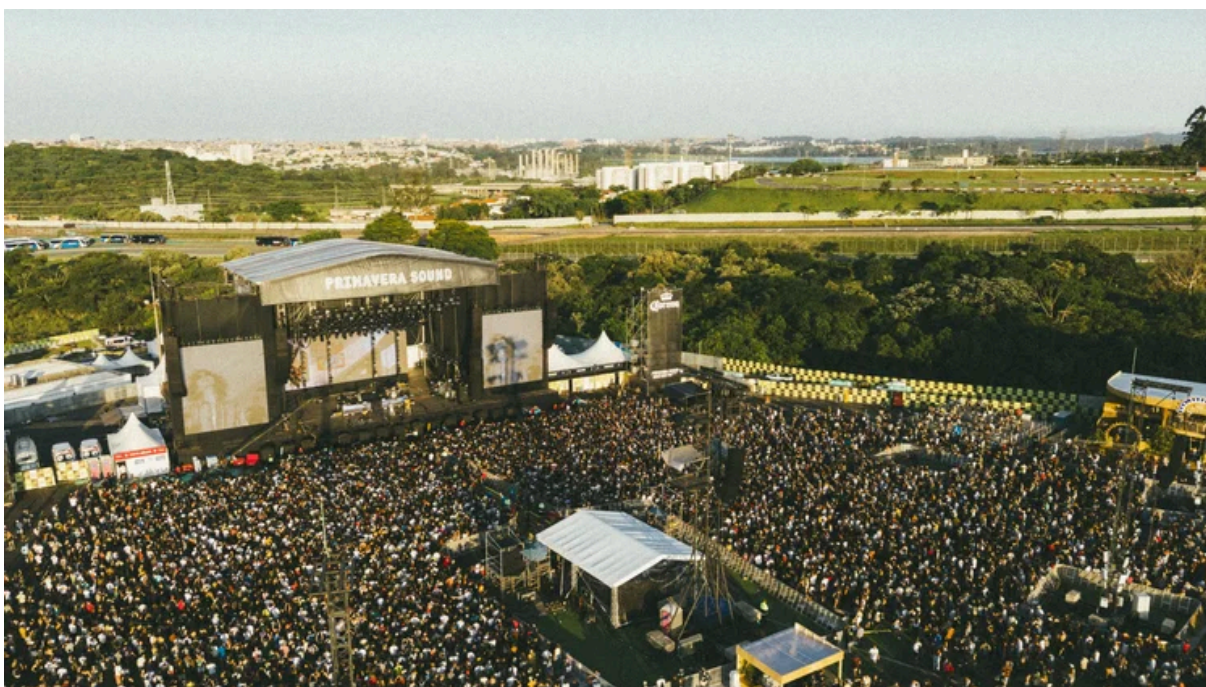


Fonte: Primavera Sound São Paulo / Créditos: Pridia (@pridiabr)

Em 2023, o festival retornou ao Brasil nos dias 2 e 3 de dezembro, porém, em um novo local, o Autódromo de Interlagos. Esse movimento foi peculiar, pois muitos dos festivaleiros que foram no ano interior gostaram da experiência do Sambódromo e temiam que o festival ficasse com características muito semelhantes a outros festivais realizados no mesmo local, como o Lollapalooza, que teve críticas quanto a sua organização e pelas dificuldades enfrentadas ao realizar o evento no Autódromo. Ainda sim, apesar das preocupações, o Primavera entregou um festival muito bem organizado, superando a preocupação e vencendo as dificuldades do local. Em 2023, o *line-up* novamente seguiu uma linha parecida com o ano anterior, com grandes nomes da indústria como headliners: *The Killers*, *Pet Shop Boys*, *The Hives*, *Marisa Monte*, *The Cure*, *Beck*, *Bad Religion* e *The Blessed Madonna*. Novamente, apenas um nome brasileiro como headliner no *line-up*. Apesar do festival de 2023 ter um *line-up* mais enxuto comparado ao ano passado, o festival ainda incluiu diversos artistas brasileiros como *Cansei de Ser Sexy*, *DJ Gabriel do Borel + Rebecca*, *MC Bin Laden*, *VHOOR*, *Àiyé*, *Carola*, *Cherolainne*, *Getúlio Abelha*, *Slipmami*, *Marina Sena*, *MC Carol*, *MU540 + Urias*, *DJ Mau Mau*, etcetera,

*Filipe Catto, DJ Kl Jay, Mateus Fazeno Rock, Nelson D & Edgar e Sophia Chablau e Uma Enorme Perda de Tempo, além desses artistas que tocaram nos dois dias do festival outros artistas brasileiros abriram shows para outras bandas no Primavera na Cidade como Bia Ferreira, Carlos do Complexo, Pluma e Terraplana.*¹³

Figura 2 - Primavera Sound São Paulo em 2023



Fonte: Revista Exame (ABRABE/Divulgação)

A edição de 2023 teve muitos artistas brasileiros em relação a de 2022, ainda que um dos motivos pode estar relacionado às dificuldades que o festival encontrou em conseguir trazer artistas estrangeiros para o Brasil, visto que existem rumores que alguns headliners desejados para o festival, como *Blur* (que tocou no Primavera Sound de Barcelona naquele ano), não puderam ser incluídos no festival devido a problemas no orçamento. Esses motivos levaram a uma divulgação tardia do *line-up* em relação ao ano anterior e, por consequência, um atraso no começo da venda dos ingressos. Essas dificuldades foram novamente encontradas no ano de 2024, visto

¹³ Gshow, Globo. Primavera Sound 2023: veja tudo o que você precisa saber sobre o festival. Disponível em: <https://gshow.globo.com/festivais/primavera-sound/noticia/primavera-sound-2023-veja-tudo-o-que-voc-e-precisa-saber-sobre-o-festival.ghtml>
Acesso em: 13 nov. 2024

que o festival cancelou a edição que iria ocorrer no Brasil devido a “dificuldades externas”.¹⁴

Em ambas edições, o festival foi muito bem organizado, sendo esse um fator que o público elogiou muito durante e após os dias do evento. Esse fator é importante ser notado, visto que críticas à organização vêm sendo uma constante nos festivais de grande porte no Brasil, muitas vezes atreladas a formas de cortar gastos do festival em troca da experiência. Além disso, o festival contou com extenso patrocínio e ativações de marcas diversas. Os patrocínios vão desde o nome dos palcos dos festivais, como os palcos chamados “palco Corona” e “TNT Club” em 2023, até ativações específicas, como um estande da Hellmann's perto da área de alimentação também em 2023, possibilitando que os festivaleiros pudessem pegar amostras dos molhos e condimentos da marca para comer com os lanches. Em 2022, as marcas Beck's, Elo, Beefeater, Vans e Audi patrocinaram o evento. Em 2023, a TNT Energy Drink, Neutrogena, Schweppes, Jameson, Latam Airlines, Tic Tac, Aperol e Hellmann's foram as patrocinadoras.

É importante apontar a grande presença de patrocinadores no festival, porque isso se alinha com os pontos desenvolvidos no ensaio *Music Festivals as Scenes: Examples from Serious Music, Womyn's Music, and SkatePunk*, no qual os patrocinadores influenciam os interesses de um festival sem considerar os ideais das cenas que constroem este evento. De forma geral, o Primavera trouxe um *line-up* extenso com diversos artistas centrados na cultura anglófona e contou com uma organização excelente, um diferencial dos festivais de grande porte nesse nicho.

Quanto ao público do festival, também foi visto um perfil extenso e diverso. O público do festival é associado à cena *indie*. Porém, vale notar que essa cena constitui em si um público muito diverso que intersecta com outras cenas. No festival de 2022, um dos headliners foi *Travis Scott*, artista do hip-hop, e outros headliners como Lorde, Björk, Jessie Ware e Charli XCX trouxeram uma aproximação ao lado *pop*. Ainda que artistas mais associados com o *indie*, como *Arctic Monkeys* e *Beach House*, fizeram a presença mais característica ao estilo do festival. Com essa tendência recente de mudanças no *line-up*, o público presente torna-se também

¹⁴ G1. Globo. Primavera Sound SP é cancelado três meses antes da edição 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2024/08/30/primavera-sound-2024-e-cancelado-e-equipe-fala-em-dificuldades-externas.ghtml>
Acesso em: 13 nov. 2024

diverso. Se a música é atrelada a cena presente, os artistas que constituem o festival também constituem as cenas ali presentes. Em um festival como o Primavera, o que verificamos é um público diverso sem uma identificação única, as pessoas presentes nos shows transitavam tranquilamente entre os palcos sem preferência ou associação a um estilo. Em um mesmo show de um artista voltado para uma cena específica, encontravam-se pessoas que se associavam a outras cenas, não relacionadas aos artistas que ali apresentavam-se, aproveitando o evento de maneira igualmente satisfatória.

Para traçar uma linha mais concisa sobre o público do festival, é mais fácil identificar esse público pela oposição, ou seja, pelos elementos que não estavam presentes no festival. Gêneros como sertanejo, pagode, clássico e metal não estavam presentes no evento e nem são caracteristicamente associados ao público do festival, apesar da mescla entre cenas diversas presente no evento como o indie, o hip-hop e o pop. Ao estudar a formação de neotribos a partir de identificações criadas através da internet no *Goiânia Noise Festival*, Santiago (2017) chegou em conclusões semelhantes, a verificar que

A variedade de agrupamentos diversos observados em um único festival foi considerada neotribal. Não obstante, a diferença surge novamente com igual importância, dessa vez no interior dos grupos em estudo. Apesar de aqui serem consideradas neotribos em constante modificação, as culturas jovens, tendo como base o pensamento de Frith (1981), anseiam pela frequente distinção entre elas e todos aqueles que delas se diferenciam de alguma forma, seja pela faixa etária ou por pertencimento a conjuntos que possuam outras identificações como base” (SANTIAGO, 2017, p. 126).

A importância da internet na constituição do público do festival é um ponto essencial a ser levantado no estudo. Ainda que cenas virtuais, como estudadas por Bennet e Petterson (2004), foram tratadas como espaços limitados e centrados em temas e estéticas específicas, hoje, podemos verificar que existem uma variedade maior na constituição de uma cena, com pessoas transitando mais abertamente entre os espaços e constituindo um público mais diverso, ainda que com características distintas.

Por mais que a estética *indie* seja predominante no festival, os valores de um festival independente não são aparentes na estética do festival realizado em São Paulo. Vale notar que o ingresso em 2022 começava em R\$ 410,00, sendo esse

valor a meia entrada para apenas um dia do festival. O valor do passaporte no primeiro lote foi de R\$ 700,00 para a meia entrada e chegou a custar R\$ 1.720,00 no terceiro lote no valor integral. Considerando o salário mínimo vigente no ano de 2022 de R\$ 1.212,00, o acesso ao festival é excludente para a maior parte da população brasileira e voltado a um público com condições financeiras muito mais altas que a média da população brasileira.¹⁵

Vale ressaltar uma diferença curiosa em relação ao acesso a água no festival. Em 2022, cada festivaleiro recebia um copo temático na entrada do festival em cada um dos dias para poder utilizar durante o evento. A entrada de água era proibida e existia um ponto no evento em que era possível encher o copo com água gratuitamente. Ainda que filas não foram um problema para fazer isso, o acesso à água era um pouco limitado, sendo a outra opção comprar diretamente no festival. Em 2023, o cenário foi diferente. A água foi distribuída gratuitamente em diversos pontos do festival em garrafinhas. Essa distribuição foi feita de forma muito aberta e intensa, sendo divulgada durante o festival, e a própria organização incentivava os festivaleiros a beberem água e hidratarem-se durante o evento. No show do *black midi*, que foi realizado no período da tarde em um sol de mais de 30°C, a organização atirava garrafinhas de água para o público durante a apresentação da banda para ajudar os festivaleiros a lidarem com o calor e o cansaço durante a apresentação. Esse movimento não surgiu apenas da boa vontade do festival, a motivação ocorreu porque semanas antes uma pessoa morreu durante o show da *Taylor Swift* no Rio de Janeiro devido ao calor extremo no dia¹⁶. O impacto do ocorrido foi tão grande que diversas organizações de festivais e shows de grande porte foram questionadas em relação à atitude delas com o acesso à água durante os eventos.

Considerando o que foi apontado por Holt (2020) sobre como as organizações dos festivais atuam de forma reativa a valores importantes para os públicos, a mudança em relação ao acesso de água partiu de um interesse reativo

¹⁵G1, Globo. Ingressos do Primavera Sound custarão de R\$ 410 a R\$ 1720. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/04/20/festival-primavera-sound-tera-ingressos-entr-e-r-410-e-r-1720-venda-comeca-em-27-de-abril.ghtml>
Acesso em: 14 nov. 2024

¹⁶ G1, Globo. Pai de fã que morreu em show de Taylor Swift diz que nunca duvidou que causa da morte seria por exaustão térmica causada pelo calor. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2023/12/27/nunca-desconfiei-diz-pai-de-ana-clara-sobre-laudo-que-aponta-que-fa-teve-exaustao-termica-causada-pelo-calor.ghtml>
Acesso em: 14 nov. 2024

aos ocorridos recentes, visto que problemas com o acesso a água seriam criticados durante e após o evento. Esse processo valida o festival como parte do processo definido por Holt no qual os festivais de música deixaram de lado visões humanistas e adotaram visões de mundo corporativas. Ademais, essa relação encontra-se dentro da lógica da indústria cultural (ADORNO, HORKHEIMER), visto que os interesses do festival alinham-se aos interesses da indústria e o objetivo principal, apesar da experiência positiva para o público, está mais alinhado ao lucro.

Por fim, relacionando com as temáticas abordadas por Bennet e Petterson (2004) sobre cenas de música, o Primavera Sound não aparenta ter uma preocupação com as cenas locais. O impacto nesse aspecto pode ser considerado mínimo, ainda que festivais de grande porte distanciam-se dos objetivos das cenas e fiquem à mercê de marcas patrocinadoras, que trazem ideais corporativos para o festival e aliado aos padrões da indústria cultural, grandes festivais podem ter impacto positivo no que tange o desenvolvimento de uma cena (DOWD, LIDDLE, NELSON, 2004), mas não é o que o Primavera tende a mostrar. O impacto que podemos caracterizar é específico e localizado, alguns artistas que são partes de cenas ou surgiram nesses contextos como *Terno Rei*, *Sophia Chablau* e *Uma Enorme Perda de Tempo* e *Terraplana*, conseguem colher frutos de suas aparições no festival ao se apresentar para um público que ainda não conhecia esses artistas. Entretanto, esse impacto é específico a essas bandas e não transcreve para as cenas as que elas estão inseridas.

3.2 Banda de Casinha - 2023 a 2024

O Banda de Casinha é um festival que surgiu em novembro de 2023. O evento é realizado na Casa Alcohits, localizada na região da Vila Madalena, em São Paulo, e tem uma frequência relativamente alta comparado a outros festivais. Isso ocorre muito por causa do tamanho e da frequência do evento, com 8 edições desde que o festival foi realizado pela primeira vez.

Nesse caso, foi possível realizar uma observação participante em outubro durante a edição de Halloween do festival, visto que a proximidade com o evento e a organização é muito mais fácil em relação ao Primavera Sound. Além disso, foram realizadas diversas entrevistas com as pessoas que estiveram presentes no festival, as quais serão consideradas para estudar esse caso em específico.

O festival foi concebido pela Bia Vaccari e começou como uma ideia de juntar algumas bandas que tocavam juntas em São Paulo com alguma frequência. Porém, nem todas as bandas residiam em São Paulo. Então, como uma forma de facilitar que bandas do interior do estado tivessem um lugar que pudessem tocar juntas, o festival nasceu.

Figura 3 - Banda de Casinha na 3ª edição



Fonte: drive do Banda de Casinha. Disponível em:

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1P42dF2ip1uGncQ2fVIFGXgITCDAa39Sx>

A principal influência para o nome e a estética do festival é o álbum homônimo da banda *American Football* - também conhecido como LP1. Esse álbum é um marco na cena do *midwest emo* e é considerado uma grande influência para

todas as bandas que se relacionam com a cena *emo* de forma geral. Em novembro de 2023, o *American Football* fez sua primeira apresentação no Brasil, marco motivador para o evento ser realizado, visto que diversas bandas da cena estavam empolgadas com a vinda do grupo musical. Juntando todos esses fatores, o Banda de Casinha realizou a primeira edição com as bandas *Zero to Hero*, *chvvv*, *Metade de Mim*, *Terra Mãe* e *Illinoise*.

Segundo a criadora do festival, no primeiro evento, não tinha muita expectativa de quem seria o público dos shows. A intenção não era um evento pensado em uma cena em específico, mas sim, juntar as bandas que tinham influências semelhantes em um lugar comum. Foi a partir da segunda edição, com as bandas *chão de taco*, *eliminadorzinho*, *Ventilador de Teto*, *Mitocôndria* e *Chococorn and the Sugarcanes*, que o público do festival começou a tomar forma.

O público do festival é muito diverso, visto que a rotação das bandas a cada festival - vale notar que nenhuma banda foi repetida ao longo das edições - traz pessoas novas para o evento. Entretanto, ainda sim, existem algumas características desse público que foram notadas a partir da observação no festival. Adolescentes e jovens adultos em sua grande maioria estiveram presentes em todas edições, e, segundo a Bia, trazer adolescentes para o evento foi muito positivo, visto que não é fácil o acesso à eventos culturais, principalmente shows, para essa faixa etária, pois muitas casas de eventos não permitem o acesso de menores de idade por causa da venda de bebidas alcólicas durante os eventos. Além disso, o público utiliza-se de meios virtuais para comunicarem-se e compartilharem emoções do evento. As redes sociais, principalmente o X (antigo Twitter) e o Tik Tok, acabam sendo um meio essencial para a existência dessa cena, uma vez que é possível encontrar pessoas com gostos comuns nesse ambiente. Esse fato foi muito notado pela Vaccari, a qual comentou que muitas pessoas relataram como o festival foi um lugar em que elas conheceram pessoas com gostos semelhantes, algo que elas não tinham contato até então.

Nas entrevistas realizadas durante a 8ª edição do Banda de Casinha, as respostas sobre “o que é a cena de música que você vive?” foram muito diversas. Não há um consenso sobre o que é a cena e nem uma forma de definir a cena, mas duas características estiveram presentes majoritariamente nas respostas: o sentimento de coletividade, parceria e pertencimento e o gênero de música, muito definido pelo *emo* e pela origem *underground* das bandas. Essas características

relacionam-se com as ideias desenvolvidas por Bennett e Peterson (2004) sobre cenas de música, nas quais a coletividade torna possível a existência e resistência desses grupos, assim como pequenas indústrias surgem ao redor dessas cenas, tal qual o Banda de Casinha surge envolto nessa cena ampla. Porém, vale ressaltar que essa cena de música transcende as categorias desenvolvidas pelos autores.

Considerando o aspecto de uma cena local, o Banda de Casinha surge já com a proposta de quebrar essa barreira ao trazer bandas de fora da cidade de São Paulo para realizar shows na cidade, onde existe um público muito forte e receptível para essas bandas. No aspecto translocal, o Banda de Casinha encaixa-se parcialmente. A conjugação com as localidades diversas não se encaixa como um evento ou uma cena sempre em transição. A localidade do festival é fixa, o evento sempre foi realizado no mesmo local e a intenção da organização é manter essa atividade em São Paulo no mesmo lugar - ainda que planos futuros envolvem levar o festival para outras capitais, como Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre, porém, mantendo a interação com as bandas de forma multiregional. Por fim, o aspecto virtual também é complexo de encaixar, visto que a cena não existe essencialmente na internet. Como é apresentado no texto, ela organiza-se a partir do meio virtual, mas ocorre no meio físico local de São Paulo com bandas de origem translocal. De certa forma, o evento poderia ser classificado sob um novo termo: transvirtual, pois considera características que transcendem as classificações desenvolvidas por Bennett e Peterson. Uma perspectiva transvirtual permite que a cena coexista tanto de forma virtual, por onde ela organiza-se e cria suas identificações, quanto de forma translocal, por onde ela atua e cria novas experiências entre os membros da coletividade.

A análise da cena que participa do Banda de Casinha coloca em xeque diversos aspectos estudados sobre cenas de música. Entretanto, ela ganha forma quando olhamos através de outra perspectiva. A organizadora do evento comentou durante a entrevista que atualmente vê o Banda de Casinha como uma cena em si, ou seja, o festival não surgiu a partir de uma cena, ele surgiu observando aspectos de bandas com estilos em comuns e fãs diversos que não tinham muita interação entre si, mas já havia ali um potencial para essa conexão que foi efetivada através da concretização do evento. O Banda de Casinha virou uma cena por si só. Esse aspecto corrobora com as respostas das entrevistas, principalmente como comentado por Pedro Spieker, membro da banda porto-alegrense de metal

mandrake *isotopxs*, que afirmou que a cena está em constante formação e a mudança.

O Banda de Casinha também constitui uma cena que não se preocupa com o *boundary work* (DOWD, LIDDLE, NELSON, 2004), não há uma preocupação em limitar quem é ou não é da cena e os ideais do festival de sempre trazer bandas novas mostram que a ideia é sempre estar em constante movimento e expansão, conectando um público com ideias comuns de forma coletiva.

Relacionando com os conceitos desenvolvidos por Holt (2020), é possível afirmar que o Banda de Casinha alinha-se com visões de mundo humanistas, o que está em rota contrária a tendência de festivais contemporâneos. Um dos motivos é explicado pelo tamanho do festival, por ser de menor porte, os lucros possíveis são menores em relação a um evento de maior extensão. Além disso, por ser um festival relacionado com uma cena - ou sendo uma cena em si - a proximidade da plateia com a organização e os artistas é muito tênue, o que faz com que os valores sejam compartilhados e essa relação seja dependente desses valores. Nas entrevistas, as respostas sobre a pergunta “qual a visão do banda de casinha?” alinharam-se com essa perspectiva. Comentários relacionados à segurança do público, aos valores alinhados a respeito por minorias e à permissão da participação de menores de idade, para que o acesso à cultura seja facilitado, conversam com os valores da cena. A coletividade também é muito presente entre as respostas. Das 7 pessoas entrevistadas, 6 comentaram que o Banda de Casinha é um festival que pensa muito em aproximar as bandas do público e criar um sentimento de pertencimento tanto para as bandas quanto para o público.

Figura 4 - giz. na 6ª edição do Banda de Casinha



Fonte: drive do Banda de Casinha. Disponível em:

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1P42dF2ip1uGncQ2fVIFGXgITCDAa39Sx>

A visão de mundo do evento é compartilhada tanto entre a organização quanto entre seu público. O interesse de colaborar com o festival é um sentimento compartilhado entre as bandas que se esforçam para realizar shows memoráveis para o público, Luccas Leme, da banda paulista *giz.*, que tocou na 6ª edição do festival, comentou que criar um show que fosse uma experiência única para o público foi muito discutido entre a banda e os membros não pouparam esforços para realizar isso.

Em suma, criar um ambiente coletivo, elemento essencial para a existência de uma cena, é a principal visão do festival, o que se alinha à perspectiva humanista dos primeiros festivais no pós-guerra. Ademais, considerando a performance reflexiva de Turner (1988), as pessoas presentes no festival compartilham desse sentimento, buscando agir com coletividade perante aos outros e traduzir isso na performance, seja ela no palco ou na platéia.

Em relação à posição do festival na perspectiva da indústria cultural, é mais complexo tirar conclusões. De certa forma, tomando os princípios desenvolvidos por

Adorno e Horkheimer (1947), o produto cultural do festival faz parte da lógica da indústria. A música desenvolvida e tocada no festival é fundamentada em gêneros musicais que partem da lógica comercial da indústria. Não é à toa que as maiores influências das bandas do evento, como o *American Football*, são bandas muito fortes em termos de comercialização, não no mesmo escopo do topo da indústria, mas com um alcance que não pode ser ignorado. Porém, o Banda de Casinha não se propõe a ser um festival que segue os termos da indústria fonográfica contemporânea ou a alinhar-se aos interesses dos grandes festivais. A criadora do festival comentou que o festival não tem planos de expandir e fugir do escopo atual. A ideia é manter o clima de coletividade e aproximação entre as bandas e, no máximo, há o interesse em trazer *headliners* para o festival que consigam um público mais diverso, havendo a vontade de convidados estrangeiros para o *line-up* de alguma edição em 2025. Nesse contexto, colocar o Banda de Casinha como uma figura forte na indústria cultural é injusto com o festival, apesar de não ser possível ignorar que os pressupostos dessa teoria conversam com atitudes e ações feitas pelo festival. O questionamento fica se essas ações são propositais ou meros reflexos de uma cultura há muito tempo enraizada na sociedade, sem que mudanças para esses comportamentos tenham sido feitas.

Situações em que podem surgir essa dúvida foram exemplificadas na fala de uma das pessoas entrevistadas, que preferiu não ser nomeada, ao fazer críticas ao evento no que tange a cobranças para divulgar o evento. Segundo o indivíduo entrevistado, essas atitudes foram excessivas e geraram um sentimento amargo na relação. De toda forma, o que foi levantado como uma crítica também pode ser visto como uma tensão natural dentro da cena, uma vez que a preocupação para a sobrevivência do festival faz parte da organização e ações nesse sentido, de buscar que o evento continue vendendo para que ele continue existindo, são normais em qualquer meio.

Quanto ao impacto do festival nas cenas locais, é possível afirmar que o Banda de Casinha é essencial para o desenvolvimento e manutenção dessas cenas. Para além do próprio festival ter se tornado uma cena em si - ou criado uma cena ao redor de si -, a capacidade transvirtual do evento permite novas atuações e reflexões sobre o que é uma cena de música e o que é participar de uma cena de música. As barreiras tradicionais e limitantes de uma cena são quebradas em favor de uma constante coletividade e possibilidade de transição dentro e fora da cena. Participar

de um festival como o Banda de Casinha não é uma barreira ou validação para “ser da cena”, basta interagir, estar presente e participar do evento, seja como plateia ou banda, para adentrar o meio coletivo.

O festival também atua como forma de impulsionar as bandas que participam desse meio. Thiago Costa, também membro da banda *giz.*, comentou que fazer um show foi um divisor de águas para a banda. O evento permitiu que diversas pessoas do meio que ainda não conheciam suas músicas pudessem ouvir pela primeira vez, da mesma forma que as pessoas que já conheciam o som e foram no festival para ver a banda puderam conhecer os outros grupos que tocaram no mesmo dia. O evento é um catalisador para a cena, possibilitando uma expansão constante para as bandas encontrarem novos públicos e para a plateia conhecer novos artistas.

Entre os entrevistados que não participaram de nenhuma banda, Giovana Lola e Wellington Leandro comentaram que participar do festival inspirou ambos a tocar, criar músicas e montar uma banda. Assim, a possibilidade de interagir com as bandas foi muito importante para ambos poderem sentir que são parte da cena. Nessa perspectiva, o festival, além de ser importante para as bandas que podem se apresentar para novos públicos, também é importante para motivar as pessoas da plateia a desenvolverem seus projetos pessoais e saberem que existe um espaço receptivo para esse ou outros diferentes sons. Outro fator importante, comentado na entrevista com a criadora do festival, é a capacidade de unir pessoas que nunca tiveram contato umas com as outras, formando novas amizades e relacionamentos no festival.

Essa relação de proximidade do público com os artistas é algo exclusivo das cenas de música. Enquanto essa relação nos grandes festivais é distante, nos festivais das cenas, ela é uma constante. Muito do público no Banda de Casinha é constituído por artistas que já tocaram no evento ou possuem bandas que participam da mesma cena musical. Esse tipo de interação quebra as barreiras entre a plateia e o palco, sendo esse campo um lugar de interação e não de oposição. Em um festival como o Banda de Casinha essas experiências se tornam essenciais para a manutenção da cena e ajudam o senso de coletividade e parceria a permanecer vivos entre os participantes.

4.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção desta monografia foi explorar os festivais de música e estudar as relações das cenas de música com os festivais, tomando como princípios o paradigma da indústria fonográfica como elemento da indústria cultural, as visões de mundo que os festivais carregam e como essas visões se relacionam com as cenas de música inseridas nesses contextos.

Os festivais são elementos importantes nas culturas de grandes cidades, o impacto que eles têm na economia e nas relações interpessoais é nítido, sendo potencializadores de eventos, criando identificações e gerando experiências únicas para o público. Ao mesmo tempo, as visões de mundo que os festivais carregam são dependentes do contexto histórico em que aconteceram. Nessa perspectiva, o contexto contemporâneo indica uma tendência a festivais terem visões de mundo corporativas, que são fruto da evolução da indústria fonográfica em conjunção com os interesses da indústria cultural.

Assim como os festivais, as cenas de música também carregam visões de mundo. Os participantes da cena atuam na cena tanto quanto refletem os seus valores em um processo de constante transformação. Cenas de música fazem parte de um contexto essencialmente *underground* ou *indie*. Posicionando-se nas margens da indústria cultural - não apresentam as mesmas características de uma indústria que busca a manutenção da ordem dominante, ainda que existam contradições nas ações e atitudes de uma cena -, as visões são humanistas e coletivas, o que refletem os interesses de manter as cenas vivas e em constante mudança, criando pequenas cadeias de trabalho que garantem novas formas de viver em um mundo complexo.

Enquanto festivais de grande porte, sejam eles independentes ou não, podem impactar artistas em específico, o que fica claro é que os interesses de grandes festivais são distantes das cenas quando as visões de mundo são corporativas. Nesses casos, os festivais podem impulsionar artistas pequenos ao estrelato, porém isso pode ser visto majoritariamente como um processo de manutenção da indústria fonográfica, visto que apenas alguns artistas em específicos conseguem essa proeza e não atraem benefícios coletivos para a cena.

Nessa perspectiva, os festivais podem influenciar cenas de música quando atuam de forma próxima a elas ou quando são uma cena em si, ou seja, quando as

visões de mundo dos festivais estão alinhadas com as visões da cena. Um festival como o Banda de Casinha tem grande importância para criar uma cena e fazer a manutenção de cenas próximas ao festival. Esse poder da coletividade gera novas sensações nas pessoas que visitam o festival e interagem com a cena. Esses indivíduos criam novas relações, desenvolvem projetos artísticos novos e, em alguns casos, têm a oportunidade de trabalhar na cena através da pequena indústria que é criada em torno de si. Um dos fatores que torna a cena um lugar tão especial para as pessoas é a proximidade que ela cria com os artistas. o palco é a plateia, tanto o público quanto os artistas são um grupo em comum, o que possibilita uma interação rica que não aparece nos grandes festivais.

O tema explorado neste trabalho abre margem para novos estudos, principalmente no que tange aos casos em que festivais estão entrelaçados com cenas de música, visto que existem formas diversas que esses festivais estão influenciando as cenas que ainda não foram exploradas. Da mesma forma, as cenas de música mostram ambientes complexos e culturalmente muito ricos, o que abre espaço para diversas perguntas relacionadas ao comportamento, relações e ações desses grupos. Conclui-se que um festival pequeno pode ter um impacto enorme na vida das pessoas que estão criando e participando desse evento, enquanto grandes festivais, apesar de criarem experiências e sensações únicas nos públicos, não se apresentam com a importância e o impacto cultural social que eles aparentam ter.

5.0 REFERÊNCIAS

ABREU, Paula. **A indústria fonográfica e o mercado da música gravada: histórias de um longo desentendimento**. Revista Crítica de Ciências Sociais, n. 85. Universidade de Coimbra, 2009. p. 105-129.

ADORNO, Theodor. W. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. **O fetichismo na música e a regressão da audição**. In : Benjamin, Adorno, Horkheimer e Habermas. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 65-108.

_____. **On the social situation of music**. In: ADORNO, Theodor W. Essays on Music. Berkeley: University of California Press, 2002. p. 391-436.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Obras Escolhidas Vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BENNETT, Andy; PETERSON, Richard. **Music scenes: local, translocal & virtual**. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004.

BERNARDO, André. **Rock in Rio, 40 anos: por que 1ª edição do festival foi 'a melhor de todas'**. BBC News Brasil. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/articles/cx2l2e8yeg4o>>. Acesso em: 26 out. 2024.

CORREA, Wyllian Eduardo de Souza. **Produção, Comunicação e Consumo Musical no Brasil no Início do Séc. XXI**. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da ECO/UFRJ). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2012.

COSTA, Alda; LOUREIRO, Ari; MENDES, Ana; PALHETA, Arlene. **Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer**. In: Movendo Idéias. Belém. v8, n.13. 2003. p. 13-22.

DE MARCHI, Leonardo. **Pós-streaming: um panorama da indústria fonográfica na Quarta Revolução Industrial.** In : MAGI, Érica; DE MARCHI, Leonardo. Diálogos Interdisciplinares sobre a Música Brasileira. Cultura Acadêmica. São Paulo: UNESP, 2020. p. 223-248.

DOWD, Timothy; LIDDLE, Kathleen; NELSON, Jenna. **Music Festivals as Scenes: Examples from Serious Music, Womyn's Music, and SkatePunk.** In: Music Scenes, Local, Translocal and Virtual. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004. p. 149-167.

DUARTE, Donária; RUAS, Rayane. **A historicidade dos festivais de música: Uma análise sob a perspectiva do turismo.** In: Tourism and Hospitality International Journal, 2(2), 2004, p. 94-109.

EXAME. **Arctic Monkeys, Travis e Lorde: confira o lineup do Primavera Sound 2022.** Disponível em: <<https://exame.com/pop/primavera-sound-lineup-programacao/>>. Acesso em: 09 nov. 2024.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Crise econômica retrai festivais de música patrocinados.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2009/07/595192-crise-economica-retrai-festivais-de-musica-patrocinados.shtml>>. Acesso em: 02 nov. 2024.

_____. **Festival Lollapalooza deve ter edição em SP em 2012.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2011/07/938604-festival-lollapalooza-deve-ter-edicao-em-sp-em-2012.shtml>>. Acesso em: 02 nov. 2024.

G1. **Ingressos do Primavera Sound custarão de R\$ 410 a R\$ 1720.** Globo. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/04/20/festival-primavera-sound-tera-ingressos-entre-r-410-e-r-1720-venda-comeca-em-27-de-abril.ghtml>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

_____. **Pai de fã que morreu em show de Taylor Swift diz que nunca duvidou que causa da morte seria por exaustão térmica causada pelo calor.** Globo. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2023/12/27/nunca-desconfiei-di-z-pai-de-ana-clara-sobre-laudo-que-aponta-que-fa-teve-exaustao-termica-causada-pelo-calor.ghtml>>. Acesso em: 14 nov. 2024.

_____. **Primavera Sound SP é cancelado três meses antes da edição 2024.** Globo. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2024/08/30/primavera-sound-2024-e-cancelado-e-equipe-fala-em-dificuldades-externas.ghtml>>. Acesso em: 13 nov. 2024.

GSHOW. **Primavera Sound 2023: veja tudo o que você precisa saber sobre o festival.** Globo. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/festivais/primavera-sound/noticia/primavera-sound-2023-veja-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-festival.ghtml>>. Acesso em: 13 nov. 2024.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

HOLT, Fabian. **Everyone Loves Live Music: a theory of performance.** Chicago: The University of Chicago Press, 2020.

HOMEM DE MELLO, Zuza. **A era dos festivais: uma parábola.** São Paulo: Ed. 34, 2003.

JORDAN, Benn. **From Pirates To Profit.** Disponível em: <https://web.archive.org/web/20170830195125/http://www.bennjordan.com/blog/?page_id=51>. Acessado em: 21 set. 2024.

LARÍU, Rodrigo. **Independência S/A.** In: Rolling Stone. 2007. Disponível em: <http://www.rollingstone.com.br/edicao/4/independencia-sa>. Acesso em 04 nov. 2024.

MAPA DOS FESTIVAIS. **O Boom dos Festivais de Música Brasileiros é Sustentável?**. Disponível em: <<https://mapadosfestivais.com.br/o-boom-dos-festivais-de-musica-brasileiros-e-sustentavel/>>. Acesso em: 03 nov. 2024.

RATE YOUR MUSIC. **Indie Rock**. Disponível em: <<https://rateyourmusic.com/genre/indie-rock/>>. Acesso em: 03 nov. 2024.

ROLLING STONE. **Lollapalooza em números: edição de 2024 teve público de 240 mil pessoas; veja dados**. Disponível em: <<https://rollingstone.com.br/musica/lollapalooza-em-numeros-edicao-de-2024-teve-publico-de-240-mil-pessoas-veja-dados/>>. Acesso em: 02 nov. 2024.

SANTIAGO, João. **Referenciais Identitários e Internet: A Formação de Neotribos Urbanas a Partir do Goiânia Noise Festival**. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação - UFG). Universidade Federal de Goiás, 2017.

SILVEIRA, Gilson. **Pixinguinha: O Festival da Velha Guarda vira programa na TV Record**. R7 Entretenimento. Disponível em: <<https://entretenimento.r7.com/prisma/testemunha-da-historia/pixinguinha-donga-e-o-festival-da-velha-guarda-se-tornou-um-sucesso-12072023/>>. Acesso em: 26 out. 2024.

SILVEIRA, Luis. **Uma Introdução à Crítica de Adorno à Música Popular**. IN: Pensando – Revista de Filosofia. Minas Gerais. 2013. p. 80-88.

SWU. **O que é SWU?** Disponível em: <<http://www.swu.com.br/movimento-swu/o-que-e-swu/>>. Acesso em: 02 nov. 2024

TURNER, Victor. **The Anthropology of Performance**. New York: PAJ Publications, 1988.

WALKER-SMARL, Sam. **The Sound of Success**. In: Metropolitan-Barcelona. Disponível em: <<https://www.barcelona-metropolitan.com/features/the-sound-of-success/>>. Acesso em: 09 nov. 2024.

WIKIPEDIA, **List of Music Festivals**, Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_music_festivals>. Acesso em: 12 out. 2024.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.