

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNICAÇÃO

Festivais independentes

Quando o lúdico se torna resistência

Alexandre de Oliveira Junior

Abril de 2017

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais, sob orientação da Prof. Dra. Soledad Galhardo.

Festivais Independentes – quando o lúdico se torna resistência¹

Alexandre de Oliveira Junior²

RESUMO

A produção e a experiência musical têm se transformado muito ao longo dos últimos vinte anos e, atualmente, os festivais tornaram-se sólidos componentes da indústria cultural e mobilizam seus públicos a pagarem os altos custos de ingressos, além de atrair investimentos de grandes grupos corporativos. Entre os vários tipos de festivais que existem, os objetos desse estudo são aqueles que se encontram à margem dos tradicionais meios de comunicação em massa e da indústria da música tradicional. Através de um estudo bibliográfico, procura-se contemplar o atual papel sociocultural e o potencial político desses festivais, chamados de independentes ou *indies*.

Palavras-chave: mídia radical alternativa, contra-hegemonia, festivais independentes, diversidade, Festival Contato

ABSTRACT

Musical production and experience have been transformed in the past twenty years and, currently, festivals have been consolidated as solid components of the cultural industry, since they impel the audience to pay high prices for tickets and stimulate huge corporate investments. There are various types of festivals, but this study specifically contemplates those that are not in mainstream media and that are not involved in the traditional music industry. By means of a bibliographical study, this study contemplates the current sociocultural role and political potential of these events, also known as independent or *indie* festivals.

Key words: radical media, counter-hegemony, independent festival, diversity, Festival Contato.

RESUMEN

La producción y la experiencia musical se han vuelto mucho en los últimos veinte años, y, actualmente los festivales de música se han convertido en componentes sólidos de la industria cultural, una vez que movilizan a sus audiencias a pagar los altos costos de las entradas y atraen inversiones de grandes grupos empresariales. Entre los diversos tipos de festivales que existen, el objetivo de este estudio son aquellos que están en los márgenes de los medios de comunicación tradicionales y de la industria de la música tradicional. Por medio de un estudio bibliográfico, este trabajo busca contemplar el actual papel sócio-cultural y el potencial político de estos festivales, llamados independientes ou *indies*.

Palabras clave: médios radicales, contra-hegemonia, faltivales independientes, diversidade, Festival Contato

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos Culturais.

² Bacharel em Relações Internacionais.

1. Introdução

É fato que, a partir da segunda metade do século XX, os festivais multiplicaram-se por todos os continentes do globo. Contudo, espalharam-se de maneira distinta em diferentes regiões de acordo com seu público-alvo: aqueles que celebram as artes europeias clássicas - como a ópera e música erudita - têm se estabelecido em algumas cidades específicas caracterizadas pela constante circulação de turistas que buscam por esse tipo de experiência artística. Por outro lado, os festivais que celebram o que Hobsbawm chama de “culturas jovens” (2010), têm se espalhado de forma vertiginosa, sem limitações de espaço e, atualmente, são componentes importantes da indústria cultural.

Carol Soares, estudiosa desse fenômeno sociocultural, mestre em antropologia do comportamento humano, descreve os festivais como “playgrounds musicais”, nos quais os membros do público descobrem novas formas de comunicação artística e novas experiências estéticas. Além disso, ela explica que o público tem a possibilidade de distanciar-se dos seus papéis sociais que desempenham e de algumas regras sociais que ditam seus cotidianos urbanos. Outro aspecto central para o ambiente do festival é a participação ativa da audiência, gerada pelas trocas de experiências entre seus participantes e pela interação entre o artista e o público massivo (SOARES APUD AGUINAGA, 2015).

Em consonância com o desenvolvimento das tecnologias da informação e intensificação da globalização, pode-se afirmar que o desenvolvimento dos festivais segue a mesma tendência. Esses eventos não são somente globalizados por conta do tipo de manifestação que celebram, como o *rock*, a música eletrônica ou o cinema, por serem financiados pelo grande capital internacional e transmitidos em redes de comunicação internacional, afinal não são todos os festivais que têm esse apelo massivo e comercial, ou pelo fato de incentivarem o turismo cultural. Dentre a variedade de tipos de festivais que ocorrem nos mais longínquos espaços do mundo, o que os deixam semelhantes e globais, independente do seu alcance, é que todos contribuem de alguma forma para a “espetacularização da vida” e a “festivalização da cultural” (SOARES APUD AGUINAGA, 2015)

Dessa forma, festivais são fenômenos socioculturais vivos e complexos e, portanto, podem ser estudados por diversos pontos de vista. A perspectiva econômica, que aborda os grandes festivais internacionalmente reconhecidos, é a mais comum e contempla, por exemplo, os impactos de tais eventos no turismo, nas economias locais e nos novos modos de fazer publicidade.

Neste estudo procurou-se abordar os festivais nacionais, mais especificamente os independentes, que não se encontram nesse circuito *mainstream* e não contam com a participação dos grandes artistas internacionais de apelo massivo nem com apoio dos grandes patrocinadores e emissoras de capital multinacional. Os Festivais *indeis*, ou independentes, fazem parte do circuito da música nacional, que está em constante transformação, e buscam encontrar meios alternativos aos investimentos das grandes gravadoras para garantir a sustentabilidade dos artistas independentes e o desenvolvimento da música nacional.

Ao buscar alternativas para a tradicional indústria da música, já é possível observar o caráter de resistência que a música e os festivais independentes possuem na atualidade, portanto, para construir um raciocínio dialético sobre a importância sociocultural e política desses eventos na sociedade atual, o presente trabalho será baseado em pesquisa bibliográfica que dialogará com autores que nos oferecem recursos para isso. Inicialmente, recorreremos aos “Cadernos do cárcere” de Gramsci e ao conceito de “hegemonia” a fim de analisar, de forma dialética, o papel da cultura nas relações de poder (2000a; 2000b). Outro conceito fundamental para esta análise será o de “mídia radical alternativa”, desenvolvido por John D. H. Downing sob os pilares estabelecidos por Gramsci, que poderá oferecer caminhos para entender o potencial político dos agentes culturais “contra-hegemônicos”, que buscam de alguma forma questionar e quebrar com certas regras socioculturais preestabelecidas e que dão maior pluralidade às vozes que se manifestam na sociedade.

Devido à centralidade da música na maioria dos festivais da atualidade, será contemplado como as tecnologias digitais estão transformando a maneira como as pessoas ouvem música e por que os concertos ao vivo estão cada dia mais valorizados entre os fãs, para, em sequência, buscar compreender o recente protagonismo dos festivais independentes nas experiências musicais da atualidade. Além disso, esse estudo propõe caracterizar os festivais independentes de forma mais precisa e ainda compreender que, dependendo de alguns fatores, os festivais podem gerar diferentes graus de ativismo político. Para finalizar, será realizado um estudo sobre o *Festival Contato Multimídia Colaborativo*, evento realizado no interior do Estado de São Paulo e que pode ser considerado modelo de democratização da cultura. Para ter uma visão mais global sobre o evento, realizou-se três entrevistas com um membro do público, um membro da equipe de produção e um membro da equipe de voluntários.

Acredita-se que nos festivais independentes de música independente o lúdico torna-se resistência.

2. Hegemonia, contra-hegemonia e mídias radicais alternativas

Antônio Gramsci, teórico italiano das ciências políticas e sociais, é responsável por ampliar a análise dialética marxista para além da dominação social baseada nos âmbitos econômico e político. Ao seu ver, a dominação ocorre também, e principalmente, no âmbito da sociedade civil, onde as lideranças culturais e as ideologias se manifestam e se consolidam. Ao abordar o tema da hegemonia social, o autor atribui maior importância à cultura que ao âmbito oficialmente político.

Para esse autor, existe o que se chama de “Estado ampliado”, composto pela “sociedade civil” e a “sociedade política”. O primeiro âmbito é formado por um “conjunto de instituições responsáveis pela elaboração e propagação de ideologias enquanto concepções de mundo”, que sustentarão ou enfraquecerão as ideologias e legitimidade das classes dominantes detentoras do poder coercitivo da “sociedade política”, isto é, do Estado estrito (MORAES, 2010, p. 57).

De acordo com Silas Nogueira (2010), o protagonismo dado à cultura nos processos sociais, extrapola o tradicional conceito de cultura como sendo exclusivamente composto pelas artes refinadas, para, através de Gramsci, fundir-se aos processos sociais concretos e cotidianos, aos processos políticos e à história. Para superar tal arbitrariedade legitimada na literatura das ciências sociais, Gramsci afirmou que a sociedade civil é o âmbito no qual as subjetividades da vida, ou seja, “as visões de mundo” de uma sociedade, são estabelecidas através de cultura e de ideologia. De acordo com a interpretação de Dênis de Moraes, que se debruça sobre as teorias do pensador italiano, é no campo da cultura que ocorrem os conflitos e processos que constituem o imaginário simbólico coletivo de uma dada sociedade. A ideologia, por sua vez, é pensada como inúmeras negociações e tensões entre as forças heterogêneas existentes e é distribuída por instituições relativamente independentes do poder estatal, como escolas, partidos políticos, meios de comunicação etc., que nutrem os valores e normas da classe hegemônica. Essas organizações civis, chamadas de “agentes de hegemonia” por Gramsci, são disputadas pelos “intelectuais orgânicos”, vinculados aos diferentes grupos de classes. Esses atuam no sentido de formar a opinião pública da cultura popular, legitimadora de estruturas ideológicas. Ao gerar consenso junto

à população, a direção ético-cultural é consolidada e estabelece-se o pretexto para a conquista ou manutenção do poder governamental (MORAES, 2010, p. 59).

Além disso, é importante notar que esses agentes não estão apenas ao alcance das classes dominantes, mas também podem ser utilizados pelas classes subalternas que buscam enfraquecer a sustentação da hegemonia. Ao conquistar uma instituição civil, através da atuação dos intelectuais orgânicos de resistência, a classe subalterna tem a possibilidade de separar esta instituição do apoio do Estado e difundir suas concepções particulares de mundo para que elas ganhem espaço no imaginário coletivo. Não se pode afirmar, portanto, que na sociedade civil existam apenas as vontades do Estado, em sentido estrito, e das classes dominantes. “A sociedade civil é um âmbito de múltiplas relações de poder e contradições, lugar de disputas de sentido entre forças e grupos sociais” (idem, 2010, p. 58), assim, esse âmbito da sociedade pode ser considerado a plataforma da superestrutura em que ocorrem os conflitos, tanto para reforçar a hegemonia quanto para enfraquecer o consentimento social que a sustenta (GRAMSCI, 2000b).

Argumenta-se que uma das maiores contribuições de Gramsci foi nos mostrar como a dominação pode se manifestar de diversas formas e como é composta por processos vivos e complexos que se transformam e são renegociados a todo momento pelos atores da sociedade civil. Esses conflitos, gerados no cerne de uma sociedade progressivamente midiaticizada e virtualizada, tornam-se cada vez mais simbólicos e discursivos, uma vez que é através da informação seletiva que as classes hegemônicas seduzem e persuadem a população a formar um consenso sobre o exercício do poder (HALL, 2002). No que se refere às expressões artísticas, o avanço da industrialização promoveu essa separação arbitrária com a intenção de reificar e coisificar a produção artística, assim, elas seriam pensadas apenas como algo que se consome, retirando do indivíduo, possivelmente sua mais importante característica, o poder da criação (NOGUEIRA, 2010)

Gramsci, ao analisar o papel da imprensa, principal mídia de sua época, enfatiza que esses veículos ocupam espaço privilegiado na sociedade, uma vez que detêm os meios para definir os “contornos ideológicos da ordem hegemônica elevando o mercado e o consumo a instâncias máximas de representação de interesses” (MORAES, 2010, p. 61). Além de produzir, difundir e unificar concepções de mundo e de “organizar e difundir determinados tipos de cultura”, o que contribui para a interpretação e compreensão dos fatos sociais, os jornais também transcendem

esses princípios simbólicos e transformam sua missão inicial de educadora em uma missão mercantilizada como de qualquer outro empreendimento industrial (GRAMSCI, 2000a, p. 32).

Moraes, baseando-se nesse pensamento do italiano, expande sua abordagem para os atuais meios de comunicação em massa ao afirmar que

É no domínio da comunicação que se esculpem os contornos da ordem hegemônica, seus tentáculos ideológicos, suas hierarquias, suas expressões contínuas no bojo da mercantilização generalizada dos bens simbólicos. O controle ideológico dificulta a participação de outras vozes no debate sobre problemas coletivos, pois se procuram neutralizar óticas alternativas, principalmente as que se opõem à supremacia do mercado como âmbito de regulação de demandas sociais. (2010, p. 68)

Assim, a população é induzida a acreditar que é relevante apenas o que está nas mídias hegemônicas, propagadoras de ensejos de um pequeno grupo de indivíduos, disfarçados de interesse geral. Por outro lado, existem as ações que alguns autores chamam de “contra-hegemônicas”. Tal conceito, embora erroneamente atribuído a Gramsci, foi, na verdade, concebido por Raymond Williams (1969) e é diretamente relacionado às forças de resistência de grupos de classes insatisfeitos com as estruturas de poder em vigor. O termo pode ser utilizado para definir as ações que buscam denunciar e reverter a repressão e exclusão promovida pelas classes hegemônicas e reorientar as percepções de mundo do público que estão demasiado dependentes dos veículos de comunicação em massa para, aos poucos, mudar o foco dos princípios ideológicos e, conseqüentemente, as relações de poder da sociedade. Para compreender melhor como as expressões resistência se apresentam, é possível levantar algumas contribuições de John D. H. Downing (2001), filósofo e cientista social inglês, que criou o conceito de “mídia radical alternativa” e fundamentou-o nos escritos de Gramsci e no conceito de contra-hegemonia. Segundo o autor, o termo “mídia radical alternativa” pode ser usado para manifestações de pequena escala, quando comparada com a magnitude das manifestações hegemônicas, que se desenvolvem das mais variadas formas. No entanto, o que todas têm em comum é que buscam quebrar regras estabelecidas por algum ator social hegemônico, podendo ter duração curta, apenas em momentos de euforia social, ou de longa duração, afetando as opiniões públicas em diversos contextos.

De acordo com Downing (idem), cultura não é apenas a existência de textos e artefatos da comunicação, mas é também ligada à recepção dessas informações e sua utilização, como por

exemplo, a maneira como os públicos se apropriam culturalmente dos produtos da cultura de massa. Ainda segundo o autor, o público, para as mídias de massa, são meros grupos de consumidores passivos, que não têm papel atuante na construção dos produtos midiáticos. Por outro lado, acredita na existência de uma “audiência ativa”, usuária e atuante na construção da mídia e não apenas receptores das suas mensagens. Nesse caso, se públicos e audiências são consideradas usuários de mídias ao invés de consumidores, e como públicos diversos ao invés um único público homogêneo, então é possível libertar o termo do seu significado puramente mercadológico, o que faz da linha que divide usuários ativos de mídia e produtores de mídia radical alternativa mais nebulosa.

Considerando, pois, os argumentos de Moraes e Downing, pode-se afirmar que as manifestações contra-hegemônicas e as mídias radicais alternativas, têm o poder de diversificar os discursos disponíveis para a sociedade, o que gera maior democratização nas estruturas da comunicação. As mídias radicais expandem o leque de informações, reflexões e trocas dos limites impostos pelo discurso das mídias hegemônicas. Além disso, elas buscam ser mais receptivas às vozes e às aspirações dos grupos reprimidos, normalmente abordam questões sociais com mais rapidez e dificilmente cedem diante de pressões exercidas por agentes econômicos hegemônicos. Downing, então, utiliza o conceito de “poder de desenvolvimento” de C. B. Macpherson, cientista político canadense, para fundamentar as mídias radicais alternativas como agentes de poder, que não só dão voz aos grupos que não estão amparados pelas estruturas de poder hegemônicas, mas desenvolve nos indivíduos oprimidos as capacidades necessárias para combater a realidade em que estão inseridos. Ademais, Downing utiliza os métodos de *conscientização* de Paulo Freire, educador e filósofo brasileiro, como ideal de diálogo que pode ser atingido entre o produtor ativista de mídias radicais e seu público. Freire defende uma comunicação horizontalizada entre alunos e professores, no qual ambas as partes crescem em conjunto através de uma linguagem que seja acessível; além de negar a linguagens formais e hierarquias do mundo acadêmico tradicional. Assim, pode-se considerar o professor de sala de aula como uma espécie de “comunicador ativista” e seus alunos como público participativo que interagem entre si e dialogam de maneira democrática. Portanto, a pedagogia de Freire, de acordo com Downing, é uma das bases pela qual as mídias radicais devem orientar suas ações (2001).

Na atualidade, alguns dos principais meios de resistência para o discurso hegemônico se encontram na rede virtual, já que é uma alternativa relativamente acessível quando comparada com

os meios de comunicação já monopolizados por agentes econômicos poderosos. A comunicação digital tornou-se plataforma para novos veículos colaborativos e independentes de informação que se colocam a margem dos grandes conglomerados e que valorizam consciência social, comunidades locais, diversidade cultural e fornecem novos pontos de vista e caminhos para a população. No entanto, as ações contra-hegemônicas não se restringem ao plano virtual de comunicação, já que existem “coletivos” que procuram expandir sua atuação de resistência para além do mundo digital, através de ações diversificadas como intervenções urbanas de artes plásticas, eventos culturais independentes, espetáculos de rua, jornais e rádios comunitárias etc. Além de assumir diversas roupagens, algumas das mídias radicais mais efetivas encontram-se distribuídas por diversos meios de comunicação. Ações, que atravessam as diversas formas de linguagem, por exemplo articulam experiências de intervenção artística ao vivo com divulgação via rede virtual e ainda utilizam comunicação impressa, logo, têm maior potencial de atingir e mobilizar um grande número de pessoas.

Pode-se considerar os “comunicadores-ativistas”, como nomeados por Downing, como os “intelectuais orgânicos” de resistência, que criam “agentes de hegemonia” independentes e alternativos aos meios hegemônicos de comunicação. Segundo André Mesquita (2006), historiador social, a arte-ativista faz do artista e produtor cultural um “agente ativo e catalisador de experiências, integrando arte e vida”, uma vez que coloca em pauta contradições sociais, econômicas e culturais, além de denunciar as estruturas hegemônicas de poder que intensificam essas condições de repressão através de novas estéticas e produção de conhecimento autônomo. No âmbito da linguagem contra-hegemônica contemporânea, portanto, pode-se relacionar o conceito de “mídia radical alternativa” de Downing com o de “arte-ativista”, já que ações dessa natureza também são constituídas por “redes de colaboração, grupos autônomos e comunidades locais” que buscam de alguma forma romper com os discursos pouco representativos das mídias hegemônicas (MESQUITA, 2006).

Ao pensar o desenvolvimento da arte contemporânea e sua atuação na política, devemos também considerar a ação de coletivos urbanos, próximos de movimentos sociais, que utilizam novos recursos de ativismo que envolvem métodos festivos, visuais, sonoros e virtuais para despertar consciência política-cultural na população. De acordo com Mesquita, é importante analisar

[...] a forma como as recentes práticas artísticas coletivas se articulam com o ativismo. A vontade de se realizar ações, intervenções e performances na cidade, fragmentada por contradições sociais e econômicas e pelo aparato mercadológico da publicidade e da mídia, está intimamente ligada à introdução de novos modos de engajamento político no cotidiano, transformando os artistas em agente ativos e catalisadores de experiências, integrando arte e vida (2006).

3. A transição da indústria da música: do fonograma do século XX às bases de dados virtuais e experiências ao vivo do início do século XXI

Levando-se em consideração a centralidade da música ao vivo nos festivais e mais especificamente nos festivais independentes, objetos do presente trabalho, é importante abordar a recente transição da indústria da música, que deixou de ter o fonograma como principal bem de consumo e que atualmente se baseia em formatos digitais e na crescente valorização dos *shows* ao vivo. Assim poderemos ter noção da dimensão da importância não só econômica, mas sócio-política e cultural de tais eventos nos contextos local, nacional e global.

Até o final do século XX, vendia-se a ideia de que música era um bem de consumo que um indivíduo deveria obter e utilizar de forma privada, e foi em torno dessa ideia que se desenvolveu toda a indústria fonográfica, desde seu surgimento até alguns anos atrás. Ao analisar o desenvolvimento das tecnologias, a partir do momento em que se podia gravar sons em mídias físicas e reproduzi-las nas residências e em outros espaços privados, passando pela desenvolvimento de tecnologias que permitia ouvir música individualmente mesmo que em espaços públicos, isto é, por via de *walkmans* e *mp3 players*, até o atual momento em que se pode acessar enormes bancos de dados virtuais via dispositivo pessoal, pôde-se afirmar que a fruição da música se tornou progressivamente uma experiência individual.

A popularização de acesso às redes de informação possibilitou o compartilhamento de diferentes tipos de arquivos digitais de forma rápida e eficiente, e os *mp3* sempre estiveram entre os principais tipos a ser socializado na internet. Até pouco tempo atrás, as grandes gravadoras multinacionais estavam em guerra com a digitalização da música, uma vez que o *mp3* é formato propício para a pirataria. Em paralelo às redes sociais, as tecnologias de gravação, agora mais acessíveis aos profissionais da música, possibilitaram a divulgação de novos artistas que sofriam com a falta de investimentos por parte das tradicionais gravadoras *majors*, que enfrentam a maior

crise de sua história. As facilidades de acesso aos conteúdos digitais causaram grande desvalorização dos fonogramas, o que obrigou as grandes corporações do ramo a repensar seus modelos de negócios, culminando nas plataformas digitais da atualidade, como *iTunes*, *Spotify*, *Google Music*, *Deezer*, entre outras. Estas plataformas são compostas pelos bancos de dados das *majors* e habilitam seus usuários a ouvirem músicos de todos os continentes do globo ao mesmo tempo em que proporcionam aos artistas iniciantes exposição dos seus materiais através de um meio seguro, que gera renda e visibilidade. Apesar da popularidade obtida por essas plataformas e o novo paradigma de consumo que se estabelece em torno delas, não podemos ter certeza de como o consumo privado se desenvolverá no futuro, mas, conforme a tendência dos últimos quinze a vinte anos, as exposições musicais ao vivo serão uma parte cada vez maior da economia e da experiência musical.

Micael Herschmann, pesquisador e professor doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, afirma que, no século passado, a indústria da *música gravada* se desenvolveu a ponto de usar a *música ao vivo* para promover seus talentos junto ao seu público, estratégia que acabou invertendo a valor desses meios. Chegou ao ponto de os fonogramas representarem simbolicamente apenas uma lembrança de uma experiência vivida. De acordo com esse autor, na atualidade, o importante para gerar modelos de negócios sustentáveis é a construção de um ambiente capaz de criar uma experiência que seduz e mobiliza os consumidores e, para isso, a proximidade do público e artista é fundamental (2010).

O papel da música, apesar de ser uma atividade que muitas vezes exercemos individualmente, sempre teve uma função coletiva, uma vez que ouvimos um gênero específico com a intenção de nos sentirmos parte de uma “coletividade que compartilha gostos e códigos sociais” (idem, 2010, p. 78). A relação entre indivíduos e suas tribos urbanas nos ajuda a compreender o novo protagonismo dos eventos musicais. Os diferentes nichos de público não se articulam através de regras bem definidas ou institucionalizadas, mas estabelecem comunidades fundadas em aspectos subjetivos, como emoção, simbologia e identificação. Digitalmente, esses grupos constituem comunidades virtuais que tem suas relações renovadas e intensificadas pelas experiências ao vivo, o que pode nos dar pistas sobre a recente valorização de concertos, cenas/circuitos e festivais (idem, 2010).

De acordo com a edição de janeiro de 2003 da revista *Forbes*, o Brasil já no início do século XXI seguia a tendência mundial de crescimento do mercado da música ao vivo, processo que tem

se intensificado anualmente. Herschmann afirma que “torna-se cada vez mais evidente que em diferentes localidades do Brasil vem emergindo novos circuitos (e cenas) musicais independentes” bem-sucedidos, como o *tecnobrega* em Belém, o forró de fortaleza ou o *heavy metal* de Belo Horizonte (2010, p. 54). Os festivais independentes, ou *indies*, que são extremamente conectados às cenas e circuitos musicais, vêm ganhando espaço no cenário do entretenimento nacional. Os *indies* não têm os recursos ou apelo dos grandes eventos como o *Rock n’ Rio* ou *Lolapalooza*, uma vez que não estão alinhados com grandes patrocinadores ou gravadoras multinacionais, mas geram espaços para artistas locais exibirem seus talentos, assim, renovando o cenário musical e gerando um novo tipo de sustentabilidade para os profissionais da música.

Pode-se afirmar que empresários, produtores e coletivos de músicos brasileiros vêm construindo novos circuitos de produção distribuição e consumo culturais. Neste novo perfil de circuito fomentado e realizado por jovens atores sociais, a produção toda é feita via internet e/ou tecnologias digitais (idem, p. 55).

4. Festivais Independentes

Os festivais assumem hoje as mais diversas roupagens e celebram as mais diversas formas de arte e cultura, como música erudita, *indie*, rock ‘n roll, opera e eletrônica, culinária, cinema, teatro, artes plásticas, entre outros. Quando pensamos especificamente nos festivais de música, a referência histórica que normalmente vem à mente é o *Woodstock Music and Art Fair*. Foi um evento planejado para até 200 mil pessoas, mas que acabou atraindo 400 mil, causou congestionamentos enormes e fez com que o pequeno município de Bethel decretasse estado de emergência, devido à falta de condições sanitárias adequadas e de alimentos. Apesar do potencial para desastre que esse número de pessoas reunidas pudesse gerar, o festival, em geral, foi marcado por um clima de harmonia social e comunidade. Ainda hoje, o *Woodstock* é símbolo de um período em que a música e a arte assumiram um papel politicamente ativista.

Hobsbawn aborda exaustivamente o protagonismo dos festivais de arte e cultura, que se multiplicam pelo mundo a partir de meados do século XX. De acordo com o autor, esses eventos têm caráter globalizado, chegando a comparar-se com a magnitude dos eventos esportivos mundiais, como *Copa do Mundo da Fifa* e os *Jogos Olímpicos*. Os eventos que descreve, têm

“sólidos componentes do complexo da indústria do entretenimento” (2013, p. 55) e são contribuintes econômicos, turísticos e culturais para as comunidades que os sediam. Em termos de fontes de financiamento, protagonismo de artistas e alcance de público, os eventos descritos pelo autor, sob uma perspectiva funcionalista, pouco se assemelham aos festivais independentes, foco do presente trabalho.

Mas ao se referir às propriedades subjetivas desses eventos como fenômenos vivos que incentivam e dependem da participação do público para causar uma sensação de coletividade e identificação com o ambiente, gerando o que Hobsbawn define como “auto-expressão coletiva pública”, ele consegue captar a essência tanto dos festivais independentes como dos hegemônicos. O autor de *Tempos Fraturados* chega a comentar sobre o “estado de contínua sublevação”, característico dos festivais das “culturas jovens”, que criam novas formas de “desenvolvimento de comunicação artística e experiência estética, quase sempre pelo surgimento de novos grupos de públicos que se organizam por conta própria” para a realização dos mesmos. Para ele, os festivais são “eventos reais em locais de verdade” que servem de experiências vividas e são contrapontos ao mundo progressivamente virtual (2013, p. 58).

Os festivais hegemônicos de grande porte, como disse Hobsbawn (idem), são eventos globalizados, que contam com o apoio de grandes patrocinadores e das mídias tradicionais, além de fornecerem espaços de comercialização de produtos que se assemelham aos *shopping centers*. Neles, grandes artistas nacionais e internacionais, de apelo massivo e normalmente vinculados às grandes gravadoras multinacionais, são as atrações principais. Para, Herschmann, na mesma proporção em que se multiplicam os festivais hegemônicos, o mesmo ocorre com os festivais independentes, que estão à margem do grande capital internacional. Para produzir tais eventos, seus idealizadores utilizam recursos e leis de incentivo à cultura e editais públicos, pedem apoio de indivíduos através das plataformas digitais de financiamento público e ainda abusam das redes digitais para divulgação, formação e mobilização de públicos (2010)

Ainda de acordo com o autor, esses eventos independentes utilizam quase exclusivamente a mídia alternativa e interativa, convidam artistas que normalmente também são independentes da *majors* e constituem ambientes em que os novos artistas possam se consolidar junto ao seu público alvo. Há poucos anos, os produtores dos chamados *indies* perceberam a questão da pirataria virtual como oportunidade para a divulgação de obras de artistas ainda não consolidados no mercado (2010). Nesse sentido pode-se considerar as cenas e circuitos musicais independentes como formas

de mídias radicais, que se articulam através das redes, notoriamente conhecida como espaço para as mídias hegemônicas, e que estabelecem espaços alternativos para artistas que estão fora do eixo hegemônico de produção e distribuição da música.

No Brasil, os primeiros festivais a ganharem reconhecimento nacional foram os *Festivais da Canção*, promovidos pelas emissoras de tevê na década de 1960, que consistiam de competições entre músicos participantes. Tendo a ditadura como cenário, esses eventos de massa, compartilhados ao vivo e por emissão de sinais televisivos, saciavam a expectativas do público sedento por novidades nacionais. É importante notar que foi justamente nessa época que a televisão definitivamente superou o rádio como principal meio para a divulgação da música popular nacional e que os festivais eram organizados por as empresas de comunicação emergentes da época. Na atualidade, os festivais independentes se popularizam num contexto em que a internet definitivamente superou a tevê como principal meio de divulgação da música nacional, sendo o compartilhamento livre essencial para o surgimento e fortalecimento de novos artistas. Em entrevista concedida a Micael Herschmann, Israel do Vale, jornalista, blogueiro e produtor, “os festivais [independentes] se proliferam como iniciativas de “guerrilha”, que “legitimaram-se como plataformas de lançamento de novos artistas e estratégia de formação segmentada de público, capazes de reunir uma legião de insatisfeitos que não se reconhecem na música que toca nas rádios”. A principal diferença entre os *Festivais da Canção* e os festivais *indies* é que os últimos surgiram de iniciativas coletivas e a partir de uma demanda da cena musical local, agindo como vitrines para novos artistas, espaços democráticos e heterogêneos (2010, p. 94).

A promoção dos festivais independentes, devido seu sucesso, já incorporam alguns tradicionais meios de comunicação, como rádio, tevê e outdoors, na sua divulgação, mas ainda estão fortemente baseados na internet, redes sociais e veículos alternativos (HERSCHMANN, 2010). A diversificação dos meios de mobilização do público varia de artista para artista e de cena para cena, mas normalmente os profissionais desse ramo conseguem ocupar o mesmo espaço virtual que muitas das grandes corporações mundiais, mesmo que em menor intensidade. Redes sociais como *twitter*, *facebook*, *instagram*, e plataformas de músicas e vídeos, como *youtube*, *vimeo*, *spotify* e *google music*, já são amplamente utilizadas por artistas independentes e suas equipes na divulgação e distribuição do seu material, gerando crescente profissionalização nas áreas de comunicação e tecnologias de produção audiovisual.

Apesar do relativo sucesso obtido por esses festivais, uma questão importante, já levantada por Hobsbawm, é o custo elevado na produção dos grandes eventos. A maioria dos festivais independentes contam com uma variedade grande de fontes de renda e apoios, que incluem, mas não se limitam a: grandes patrocínios de companhias de bens de consumo, ingressos, venda de alimentos e bebidas, espaços de merchandising, sublocação de espaço para atividades comerciais diversas (*foodtrucks*, tendas de artesanato, alimentos etc.), premiações públicas e/ou privadas, recursos das leis de incentivo à cultura, concessão de espaços públicos, patrocínios de troca de bens e serviços, entre outros.

Alguns poucos festivais conseguem manter-se sem cobrar preço de entrada e sem filiar-se aos grandes grupos corporativos, o que os torna muito mais democráticos. Ao promover artistas independentes, ocupar espaços novos das cidades, deslocar o protagonismo artísticos dos grandes centros tradicionais de produção e manter seus ideais a margem dos valores do grande capital corporativo, podem abordar questões sociais pertinentes e promover dinâmicas de colaboração com seu público.

No próximo tópico, será realizado uma análise do *Festival Contato Multimídia Colaborativo*, evento independente que se transforma a cada ano e que busca democratizar o acesso à cultura para a região São Carlos, município do interior do Estado de São Paulo.

5. *Festival Contato Multimídia Colaborativo*

No município de São Carlos, a 30 km da capital paulista e na região central do Estado de São Paulo, ocorre o *Festival CONTATO Multimídia Colaborativo*, um dos maiores eventos independentes do interior paulista, realizado anualmente há dez anos. O evento é composto por diversas linguagens artísticas e culturais, como música, teatro, cinema, instalações artísticas de multimídia, oficinas artísticas, atividades de formação e debates sobre diversos temas, em uma programação que se estende por até dez dias e atinge milhares de pessoas. A realização desse festival no interior do Estado expande o protagonismo da produção cultural contemporânea para além da capital paulista, onde se concentra a maior parte da produção hegemônica e independente atual.

Ao contemplar atividades e espetáculos para diversos tipos de público, inclusive idosos e crianças, e ainda incluir debates e atividades de formação na sua programação, todas gratuitas, esse festival independente é um exemplo de democratização da cultura. Nas nove primeiras edições, o *Contato* foi prestigiado por aproximadamente 150 mil pessoas, foi palco de 185 bandas, entre locais, nacionais e internacionais; 68 DJs; 41 sessões de cinema; 38 instalações de arte eletrônica; 32 performances multimídias; 85 debates e palestras, 70 oficinas e atraiu atores artístico-culturais de 18 estados brasileiros e 10 países. Além disso, estabeleceu parcerias com profissionais da arte e da comunicação e integrantes de redes articuladas como: O Circuito Fora do Eixo, Pontos de Cultura, Ponto de Cultura Digital, Rede de Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), Associação de Rádios Públicas do Brasil (ARPUB), Rede Brasil de Festivais Independentes e o Circuito Paulista de Festivais Independentes.

O Contato tem como objetivo, além da fruição estética, estimular a participação artística e o pensamento crítico do público, colocando em pauta questões ligadas às identidades culturais, de gênero e etnia, assim como, a liberdade de expressão, ocupação criativa e reapropriação da cidade e respeito à diversidade. Especificamente em 2016, sua décima edição, os produtores expuseram seu engajamento político da forma mais explícita de sua história, nomeando o evento “Festa e Luta”, alusão feita ao momento político, econômico e cultural complicado pelo qual o país passava e ainda se encontra. Os *headliners* do palco principal eram artistas e bandas que contemplavam questões de gênero, como feminismo e diversidade, e a ocupação urbana segregacionista que ocorre nas cidades brasileiras. Em declaração de Juliano Parreira, produtor e diretor de palco do festival, uma das preocupações dos produtores e curadores sempre foi dar espaço para que mulheres da música nacional pudessem ocupar o protagonismo dos palcos, tornando-as maioria nas últimas edições do festival (entrevista realizada em 30/03/2017¹).

O *Festival Contato Multimídia Colaborativo*, iniciou suas atividades em 2007, junto com a criação da rádio universitária UFSCAR FM. Os estudantes, que lá estagiavam, decidiram propor um evento, no qual seriam protagonistas apenas trabalhos autorais e originais. Os artistas independentes, que já compunham a programação da rádio, foram convidados para participar do evento que seria produzido por jovens, que em maioria cursavam Imagem e Som na UFSCAR.

¹ Entrevista pode ser acessada na íntegra no ANEXO A, localizado no final do trabalho.

Pode-se dizer, então, que foi sob o “guarda-chuva” da universidade, que o *Festival Contato* ganhou folego para iniciar sua caminhada que se estende até hoje (idem).

Esse festival consegue preservar os ideais político-culturais dos seus produtores, uma vez que se esforçam para não depender de grandes patrocínios para sua realização. Patrocínios esses, que muitas vezes influenciam o evento de maneira a absorver valores mercadológicos e relevar valores como cidadania, comunidade e diversidade. Através de métodos de levantamento de fundos alternativos, como financiamento coletivo e parcerias de serviços e materiais, além da utilização de leis de incentivo à cultura, que se diversificam de ano para ano, o *Contato* consegue manter sua integridade e ainda fazer ampla divulgação virtual nas redes sociais e nos meios de comunicação hegemônicos, como rádios, outdoors e jornais impressos. Ao agregar muitos colaboradores na sua produção, o festival desfruta de uma ampla rede de contatos que geram mídia espontânea pela internet, consolidando sua divulgação. De acordo com Parreira, os desafios para financiar um grande evento como o *Contato* são grandes, e muitos das pessoas que de alguma forma contribuem para sua realização tem consciência de que nem sempre serão remunerados para desempenhar suas atividades, mas ainda assim se dedicam e articulam suas redes de contato para incluir novos colaboradores no processo de produção. Tal iniciativa também pode ser indício do caráter contra-hegemônico desse festival, uma vez que escolhe manter-se à margem da crescente mercantilização da arte e ainda empodera indivíduos da comunidade local a participarem ativamente do processo artístico (idem).

Parreira enaltece o papel da rádio universitária no desenvolvimento do festival. De acordo como ele, ao tocar trabalhos de artistas independentes de diversos estados brasileiros, os produtores puderam ter uma noção “do tanto de artistas bons que tem no Brasil e como ainda é desigual a questão da divulgação” e de como “funciona a questão da sustentabilidade desses artistas” (idem). É através dessas iniciativas, que também podemos chamar de contra-hegemônicas, que os artistas não pré-fabricados pela indústria cultural conseguem divulgar seus trabalhos e tomar os pequenos passos necessário para chegar à sustentabilidade artística. A particularidade de um festival nesses padrões transforma a experiência musical privada, gerada pela rádio, em um fenômeno coletivo que cria laços comunitários e solidários. Apesar do sucesso obtido por meio dessa parceria, o núcleo de produtores do festival se desvinculou da Rádio e criou-se o *Instituto Contato*, uma instituição formal, que substituiria a rádio e a universidade como proponente das atividades realizadas por seus produtores.

Ao ser realizado por dez anos consecutivos, e ter uma grande demanda de artistas de diferentes áreas, profissionais da área de comunicação, produtores culturais e de eventos e fornecedores de infraestrutura, o *Contato* pode ser considerado referência de formação e profissionalização dos profissionais da arte, entretenimento e comunicação em São Carlos e região. Como pode ser observado no depoimento de Juliano Parreira (entrevista realizada em 30/03/2017¹) produtores que iniciaram sua atuação no festival como colaboradores voluntários puderam desenvolver habilidades e adquirir conhecimentos que hoje fazem parte de suas vidas profissionais. O mesmo ocorre com os estudantes e comunicadores recém-formados da Universidade Federal de São Carlos, que têm a oportunidade de cobrir um evento de grande magnitude e adquirir a experiência necessária para futuros projetos.

Já os artistas contemplados para se apresentar, têm a oportunidade de expor seu trabalho em um ambiente onde ocorre o encontro de vários públicos, podendo então conquistar novos fãs e expandir o alcance do seu trabalho. O ambiente do festival, para os artistas, ainda proporciona o estabelecimento de novos contatos entre bandas, músicos e outros profissionais do ramo que se encontram nos bastidores da produção. A troca de informações que ocorre nesses momentos potencialmente fortalece a cena musical independente, gerando colaboração e parcerias.

O principal encontro anual de produtores independentes no interior de São Paulo conta com nove projetos articuladores: *Contato Musical*, *Contato Eletrônico*, *Contato Audiovisual*, *Contato Literário*, *Contatinho* (para o público de até 14 anos), *Contatão* (para o público idoso), *Contato Verde*, *Saia Para Jantar* e a *Feira de Economia Solidária*. Esse festival ocupa criativamente diversos espaços da Cidade de São Carlos como: os Campi da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR), o Teatro Municipal, o SESC, Cine São Carlos, Pontos de Cultura, Espaços Culturais, diversos restaurantes, casas de shows e parque e praças públicas. A ocupação do Parque do Bicão, espaço público de 10 mil m² e principal sede do festival, ocorre durante o segundo fim de semana e tem 12 horas de programação no sábado e mais 12 horas no domingo.

Percebe-se que o festival, que começou como um evento universitário, extrapolou suas fronteiras iniciais e hoje se articula toda a comunidade são carlense para possibilitar sua produção, sendo apropriado pela comunidade como uma festividade local. De acordo com os seus produtores, apesar de mobilizar viajantes de outras cidades da região e até visitantes das grandes metrópoles do Estado como São Paulo e Campinas, o principal público alvo do evento é a população de São

Carlos. O simples fato do evento, mesmo com relativo sucesso regional, não ter aberto mão das suas prioridades, como a promoção de artistas independentes das *majors* e preservação da sua gratuidade, é mais um indício de sua resistência contra as principais tendências mercantis dos festivais hegemônicos e independentes da atualidade.

Bruna Simões, professora de yoga, massoterapeuta e residente do Município de Araraquara, que fica há 30km de São Carlos, frequentou pela vez o *Festival Contato* descreveu o evento como “um festival de resistência engajado em discutir assuntos essenciais para o desenvolvimento da nossa sociedade”, assuntos esses que muitas vezes não são abordados pela grande mídia com transparência e neutralidade (entrevista realizada em 30/03/2017²). Para ela, o fato desse festival ser gratuito e trazer à tona questões políticas e culturais atuais diferencia o evento de todos os outros festivais que ela tenha frequentado. Já para Luisa Melo, estudante de música na UFSCAR e voluntária pela segunda vez no festival, o diferencial desse festival é o encontro das diversas tribos culturais que normalmente não ocupam o mesmo espaço na cidade (entrevista realizada em 02/04/2017³).

Pode-se observar esse ambiente de contatos múltiplos como uma “polinização” cultural que não é oferecido em muitos espaços públicos ou privados na atualidade. Como o Festival Contato não seleciona seu público através da comercialização de ingressos, como a maioria dos festivais da atualidade, é um espaço onde de fato pode ocorrer contato entre culturas e entre membros de diferentes estratos sociais.

6. Considerações Finais

As transformações tecnológicas dos dispositivos pessoais e a intensa troca de informações via rede virtual têm transformado a experiência musical de todos e o modo como a indústria da música se configura. Pode-se afirmar que o barateamento das tecnologias de produção e o compartilhamento do conteúdo online fez com que a produção musical se tornasse mais acessível aos artistas que não se inserem no portfólio das grandes gravadoras multinacionais, conhecidas como as *majors*. Por outro lado, o fonograma, em formato de vinil, fita cassete ou CD, já não está mais no centro da indústria fonográfica e entre as principais fontes de renda dos artistas. Essa

² Entrevista pode ser acessada na íntegra no ANEXO B, localizado no final do trabalho.

³ Entrevista pode ser acessada na íntegra no ANEXO C, localizado no final do trabalho.

mudança mercadológica fez com que os concertos ao vivo, no século XX considerados apenas como estratégias de divulgação de álbuns, se tornassem o principal meio para a sustentabilidade dos artistas.

Como foi apontado no desenvolvimento desse trabalho, o acesso ao conteúdo digital dos seus artistas favoritos é apenas um dos aspectos que dá ao consumidor a sensação de pertencimento a uma coletividade no qual ele pode se identificar. No entanto, o aspecto mais importante para os consumidores de hoje passou a ser a experiência vivida em proximidade com esses artistas e com outros indivíduos que compartilham dos seus gostos e valores. Para atender a esta nova demanda, empresários, produtores e coletivos de músicos, além de produzir shows individuais de um ou outro artista, têm promovido festivais de música que acolhem diversos artistas de diversos nichos e que incentivam a participação do público, gerando o sentimento de coletividade e pertencimento tão cobiçado.

No Brasil do século XXI, em paralelo à vinda dos grandes festivais hegemônicos multinacionais como o *Rock n' Rio* e o *Lollapallosa*, consolidaram-se nos circuitos e cenas musicais os festivais independentes, que normalmente contam com a participação de artistas independentes. O simples fato dos profissionais da música nacional encontrarem modelos de negócios alternativos aos investimentos do grande capital nacional e internacional já representa um tipo de resistência que dá aos seus protagonistas a liberdade de expressão que muitos dos artistas do século XX não possuíam ao relacionar-se com as *majors*.

As características dos festivais independentes variam em dimensão, alcance, ideologia, estilo de música e preço de ingresso. O intuito desse estudo foi demonstrar como alguns desses festivais, como o *Festival Contato Multimídia Colaborativo*, objeto deste estudo, destacam-se entre esses eventos independentes e representam uma resistência ainda maior contra a mercantilização e padronização da cultura. Primeiramente, a gratuidade possibilita que qualquer indivíduo, independente de classe social, possa usufruir dos aparelhos culturais da cidade e aproximar-se de experiências culturais que normalmente são privilégio daqueles que podem pagar os altos preços dos ingressos.

É importante também considerar que, ao estabelecer ideais político-culturais contra-hegemônicos bem definidos e manter-se fieis a eles, esses festivais precisam encontrar meios de financiamento alternativos aos oferecidos pelos grandes patrocinadores, que normalmente

interessam-se na cultura quando podem tornar-se protagonistas e quando conseguem aprofundar sua lógica mercadológica através dela.

Ao frequentar o *Contato* em edições anteriores, participar da sua produção como voluntário na última edição e entrevistar seus membros do público, voluntários e produtores, foi possível constatar que além dos aspectos de resistência citados acima, esse festival preocupa-se ainda em dar voz a artistas que não estão entre aqueles que são “aprovados” e endossados pelos meios de comunicação hegemônicos e que são, muitas vezes, pertencentes a grupos sociais minoritários reprimidos pelos padrões divulgados por esses mesmos meios. Além disso, o *Contato* se destaca pelo fato de promover ações, como debates sobre temas sociais e culturais controversos, e ainda organizar oficinas artísticas e atividades de formação. Tais iniciativas podem ser consideradas contra-hegemônicas uma vez que devolvem ao indivíduo o poder da criação e da voz ativa, bens teoricamente inerentes aos seres humanos, mas usurpados pela lógica mercantilizada da indústria cultural.

Hobsbawm afirmou em *Tempos Fraturados* (2013), que o palco, mesmo que controlado por classes sociais dominantes, sempre terá potencial para manifestações subversivas. Através das argumentações aqui expostas, espera-se ter se conseguido expor como a experiência lúdica dos festivais de música independente podem ter características contra-hegemônicas e como eles próprios podem ser considerados mídias radicais alternativas, ao transformar os palcos em espaços para a multiplicação de vozes e simbologias culturais e para o questionamento de valores e ideologias socioculturais hegemônicas.

Referências bibliográficas

AGUINAGA, A. Negócios criativos: Projeto Pulso, ou como transformar a paixão por festivais de música em um negócio. 2015. Disponível em: <<http://projetodraft.com/projeto-pulso-ou-como-transformar-a-paixao-por-festivais-em-um-negocio/#sthash.ahNtv8CM.dpuf>>. Acesso em: 05 de abril de 2017.

DOWNING, J. D.H. Radical Media: rebellious communication and social movements. London: Sage Publications, Inc., 2001.

GRAMSCI, A. Cadernos do cárcere - Os Intelectuais. O Princípio Educativo. Jornalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000a. 334 p. v. 2.

_____. Cadernos do cárcere - Maquiavel. Notas sobre o Estado e a política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000b. 428 p. v. 3.

HALL, Stuart. A identidade cultural na Pós-modernidade. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HERSCHMANN, M. Indústria da música em transformação. São Paulo: Estação das Letras, 2010.

HOBBSBAWM, Eric. Tempos Fraturados: cultura e sociedade no século XX. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

JANOTTI JR, J et al. Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

MARCHI, L et al. Novos negócios fonográficos no Brasil e a intermediação do mercado digital de música. **Revista Famecos: mídia cultura e tecnologia**, Porto Alegre, janeiro/abril 2011.

MESQUITA, A. Arte-ativismo: interferência, coletivismo e transversalidade. **Revista Linguagens**, Blumenau, v.4, junho 2006.

MORAES, D. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 4, p. 54-77, 2010.

NOGUEIRA, S. Cultura, poder e hegemonia: elementos para uma discussão. **Revista Extraprensa**, São Paulo, v. 3, n. 2, 2010.

WILLIAMS, Raymond. Cultura e Sociedade. São Paulo: Editora Nacional, 1969.

ANEXO A – Entrevista com Juliano Parreira – Produtor e Diretor de Palco do Festival Contato Multimídia Colaborativo

1. Como iniciou-se o CONTATO Festival Multimídia Colaborativa? Breve histórico

Resposta: O festival começou em 2007 junto com a rádio UFSCAR. A rádio tinha acabado de começar suas atividades e a mesma galera que estava gerindo a rádio no começo foi a galera que propôs o festival. Era uma coisa estava bem conectada. Os artistas que vinham tocar no Contato eram os mesmos que estavam tocando na Rádio Ufscar durante todo ano e isso funcionou até o núcleo de produção do Contato sair da Rádio Ufscar. Mas foi uma coisa bem intrínseca assim, ele começou através da Rádio Ufscar, tendo a universidade como grande guarda chuva. (Eu nessa época estava entrando na universidade, era o meu primeiro ano de imagem e som e eu frequentei o festival, fui colaborador, fui “roadie” – assistente de palco, ajudei no palco, mas muito superficialmente ainda, até porque eu não tinha experiência nenhuma com aquilo).

2. O que te motivou a produzir o Festival?

Resposta: Eu já tinha uma banda na minha cidade (São José do Rio Preto), a gente já estava começando a conversar sobre iniciar o Aeromoças e Tenistas Russas (Banda Instrumental de São Carlos), e tanto a Rádio Ufscar como o Contato trouxeram para mim um conhecimento muito grande de novos artistas. Eu estava começando a faculdade, então eu não conhecia muita coisa, conhecia mais o que estava tocando na rádio, na TV (nas mídias hegemônicas). E de repente eu comecei a conhecer milhares de bandas “fodas” que eu nunca tinha ouvido falar e que estavam vindo tocar no Contato, estavam vindo tocar em eventos da Rádio, tocando na própria programação da Rádio Ufscar. Isso foi muito importante para entender o tanto de artistas bons que a gente tem no Brasil e como ainda é desigual a questão da divulgação, como funciona a questão da sustentabilidade desses artistas e tudo isso.

3. Você já frequentou outros festivais? Se sim, quais? Descreva brevemente as principais diferenças entre o Contato e os outros festivais que você tenha frequentado.

Resposta: Eu já participei de vários festivais, em São José do Rio Preto, eu ajudei a fazer o Festival Capivara, que teve uma edição só, mas foi um festival muito legal. Já participei como equipe de produção de vários “Grito Rock”. Aqui em São Carlos mesmo eu produzi nove “Gritos Rock” e ajudei muitos “Gritos” de outras cidades também, como em Itú e São Paulo. Fui fazer esse trabalho principalmente quando eu integrava a “Rede Fora do Eixo”, que foi uma rede, que por um tempo, articulou bastante esse lance de festivais independentes, junto com a Abrafim. Tinha uma rede Brasil de festivais, com festivais no Brasil inteiro, com uma lista enorme, que hoje em dia não são todos eles ainda existem ainda, até por uma questão de análise de conjuntura política mesmo. É um pouco mais complicado hoje, mas a maioria dos mais tradicionais conseguem se manter. Muito mais através da iniciativa particular, através do apoio de empresas, do que através do apoio do governo. Mas para mim, sempre foi um grande aprendizado ver todas as realidades. As vezes a gente ia fazer um festival gigantesco, como o próprio Contato é aqui em São Carlos, e às vezes a gente pegava um festival que as caixas de som ficavam no chão, sem palco, mas a coisa estava acontecendo ali, estava movimentando essas cenas nas cidades mesmo que elas fossem pequenas, mesmo que tenha um núcleo de produção bem pequeno e trabalhassem com artistas que estavam começando, mas a coisa acontecia.

4. Para você, quais as principais diferenças entre um festival e um show ao vivo de um único artista?

Resposta: Acho que o festival proporciona um encontro. Quando um artista faz um show é legal também, as pessoas vão para ver aquele show. Mas o festival ainda consegue promover o encontro de vários públicos, porque as vezes tem 7 ou 8 bandas que tocam no mesmo dia, então o público de uma acaba conhecendo a outra banda e vice versa. Então isso é muito legal, porque às vezes uma pessoa pode ir para ver um único show e acaba conhecendo muitos outros trabalhos. Além do intercâmbio de artistas e produtores. Uma banda que vai tocar sozinha num show seu, não tem contato com outros artistas. No festival, não. Ela toca antes de uma, depois entra outra, acaba fazendo contato no camarim, acabam trocando informações, então esse clima do festival, pra mim, é muito mais interessante. Além de que o festival acaba reunindo muito gente de fora da cidade. Vem produtores de outras cidades para conhecer, vem fotógrafos, equipe técnica, então é um grande encontro de profissionais. Eu gosto bastante desse clima que o festival proporciona.

5. Como ocorre a dinâmica colaborativa, incentivada pelo CONTATO, entre produtores, artistas, voluntários e público?

Resposta: Acho que essa relação é diferente para cada festival. Por exemplo se o festival tem muito apoio financeiro, provavelmente ele vai trabalhar remunerando todo mundo que está ali. Contrata uma equipe, talvez muito mais profissional que outros festivais. O Festival Contato por sempre estar numa situação financeira complicada, e sempre sair no “zero a zero” (isso não quer dizer o Contato não teve edições que remunerou equipe e nem que ele não contrata fornecedores), mas a relação que as pessoas estabelecem com ele e a minha relação, principalmente, sempre foi muito mais de colaborador. Entendendo que o festival talvez não saísse do jeito que a gente queria sem a minha força de trabalho. Todo mundo envolvido investe assim. Entendendo a realidade do festival, que está muito difícil de conseguir financiamento para pagar tudo que envolve um grande festival. Então tem vários tipos de relação. O Festival Contato sempre priorizou em abrir atividades de formação para pessoas, que é uma troca muito interessante. Eu mesmo comecei assim. Eu ia no festival dar a minha mão de obra e ao mesmo tempo estava ali trabalhando com pessoas capacitadas, interessantes, que estavam me ensinando basicamente tudo que eu faço hoje trabalhando remunerado em outros lugares. Então a gente sempre abre equipe de monitores, sempre vê qual o interesse de cada pessoa. Tem gente que se envolve com a equipe colaborativa de mídia, tem gente que se envolve com a equipe técnica de palco, tem gente que se envolve mais na produção, logística, atendimento. Então, tem milhões de possibilidades para as pessoas se inserirem, aprenderem, se profissionalizarem e, em alguma outra instância, como em alguns festivais que estão melhores financeiramente ou no Contato outras edições, serem remuneradas por isso também. Eu também acho isso importante.

6. Percebe-se que o CONTATO possuiu, em 2016, conteúdo politicamente engajado. Abordou a questão de identidade de gênero e a ocupação das cidades no seu palco principal, incentivou a “luta” em suas peças de comunicação e parece buscar a democratização da cultura. Como ocorre a escolha das pautas a serem abordadas? O festival sempre teve essa característica ativista ou é uma preocupação recente da produção?

Resposta: O Festival Contato sempre teve uma preocupação engajada politicamente. Mesmo que não explícito, como foi a última edição que se chamava “festa e luta”. Mas, eu acho que só por ele existir ele já é um ponto de resistência. Por que a gente não está lidando com artistas “mainstream”, a gente não está lidando com grandes quantias de dinheiro, como outros festivais como, por exemplo, o Rock ‘n Rio ou Lollapalooza e outros festivais maiores. Então só o fato dele acontecer em São Carlos, no interior de São Paulo, uma cidade de 200 mil habitantes. Só o fato dele acontecer há 10 anos de forma gratuita, sem cobrar nada para as pessoas participarem. Isso eu já acho um ato político muito grande e uma resistência absurda. E no último ano isso foi ficando cada vez mais claro. Questões de identidade de gênero, colocar a mulher no palco foi sempre prioridade do Contato (se você pegar os últimos 3 ou 4 anos as mulheres foram a maioria que ocuparam o palco), então existe sempre essa preocupação. Eu acho que isso é importantíssimo. Todo mundo tem que estar pensando isso. Inclusive o Lollapalooza acabou de receber várias críticas exatamente por isso: não colocou artistas brasileiros e muito menos colocou mulheres para tocar. E vai ser cobrado, o mundo já mudou, quem não se ligou ainda vai ficar para trás.

7. Ao elaborar este trabalho acadêmico, encontrou-se repetidas vezes, nos textos utilizados como referência, os termos “cena musical” e “circuito de produção cultural”. Pode-se dizer que existe uma “cena musical/cultural” em São Carlos e que esta se insere no “circuito de produção independente nacional”? Se sim, como se desenvolveu esta cena numa cidade que não está inserida no grande circuito de produção nacional (Rio-SP)? Quais foram os principais fatores para este desenvolvimento?

Resposta: O que eu percebo é que, são geralmente as mesmas pessoas que estão fazendo as coisas acontecerem. Existem pessoas novas que chegam, pessoas que saem da cidade. Mas por exemplo, esse núcleo do Festival Contato, que começou na Rádio Ufscar, depois saiu da Rádio Ufscar, depois montou o GIG (casa de show – exclusivamente autoral). E agora tem a “lets GIG” que é uma agência de booking. E aí tem as pessoas do “Aeromoças”. Tem um grande arranjo na cidade que a gente faz acontecer algumas coisas. Tanto Aeromoças lançando disco, como o Festival Contato, como outros tipos de eventos. Ao mesmo tempo, São Carlos tem uma cultura regional muito forte, que a gente não está inserido. A gente até dialoga, fazemos coisas juntos, propomos coisas juntas, mas a gente não pode falar que a gente é cultura popular. Aqui em São Carlos, tem

o maracatu, tem o pessoal de cultura africana, tem muita coisa acontecendo aqui. Nacionalmente, o Contato, principalmente, está muito bem posicionado, porque todo mundo conhece, tem mais de 10 anos, as pessoas estão articuladas, estão sempre convidando pessoas de fora para virem para cá, então com certeza se você falar “São Carlos” em outros meios de festivais, com certeza as pessoas vão lembrar do Contato, talvez do Aeromoças, por que também é uma banda que está fazendo quase 10 anos e já circulou o Brasil todo. Tudo isso estava muito mais relacionado com o Fora do Eixo na época que o Fora do Eixo estava aqui, também estava mais nesse circuito cultural. O Fora do Eixo, hoje, está muito mais no circuito de mídia livre, de uma política até mais institucional do que dentro da cultura.

ANEXO B – Entrevista com Luísa Melo – Voluntária na produção de palco da 10ª edição do Festival Contato Multimídia Colaborativo

1. O que te motivou a ser voluntária no Festival CONTATO?

Resposta: A oportunidade de me aproximar dos "bastidores" de como é pensado e realizado um grande festival, bem como a possibilidade de aprender como lidar com várias situações de nível organizacional e de execução mesmo das demandas de um Festival.

2. Como você descreveria o festival?

Resposta: Descreveria o Festival Contato como um ambiente onde as diversas formas de arte (música, cinema, dança, artes visuais, dentre outras) estão imersas e conversando, entre si. Cada ano o festival tem um "tema" e é interessante ver como a programação do evento está sempre conversando com essa temática, mas sempre sem promover um tipo só de discurso, ou de atrações.

3. Você já frequentou ou foi voluntária em outros festivais? Se sim, quais? Descreva brevemente as principais diferenças entre o Contato e os outros festivais que você tenha frequentado.

Resposta: Não, apenas fui voluntária do Contato nos anos de 2015 e 2016.

4. Para você, quais as principais diferenças entre um festival e um show ao vivo de um único artista?

Resposta: Com certeza a presença de diversos artistas traz consigo uma mistura de muitas coisas. Desde o contato dos artistas, em si, a troca musical entre eles, até os diferenciados públicos. Colocar tudo isso em contato creio ser possível somente em um festival mesmo. Dificilmente se vê várias culturas num mesmo espaço em um show de um único artista.

ANEXO C – Entrevista com Bruna Simões – Participantes do público da 10ª edição do Festival Contato Multimídia Colaborativo

1. O que te motivou a frequentar o Festival CONTATO?

Resposta: Eu participei bem pouco do festival, indo apenas aos shows, não tive contato com os debates e outras atividades que o festival propõe. Mas o que me motivou ir ao Festival foi o movimento de trazer bandas alternativas, e que nem sempre estão na mídia, o fato das atividades serem gratuitas e ao ar livre é um fator que me chama bastante atenção.

2. Como você descreveria o festival?

Respostas: Descreveria como sendo um festival de resistência, engajado em discutir assuntos essenciais para o desenvolvimento da nossa sociedade atualmente. Mesmo que de forma lúdica, o Contato cria um espaço para levantar temas que, em geral, não são abordados pela grande mídia.

3. Você já frequentou outros festivais? Se sim, quais? Descreva brevemente as principais diferenças entre o Contato e os outros festivais que você tenha frequentado.

Resposta: Frequentei alguns, e a grande diferença é que o Contato é gratuito e traz questões políticas e culturais para serem pensadas durante todo o festival. Ao estimular experiências e debates, que normalmente não são oferecidos ao público, o festival vai além de simples festividade e tona-se um espaço onde podemos absorver conhecimento.

4. Para você, quais as principais diferenças entre um festival e um show ao vivo de um único artista?

Resposta: Os festivais são mais longos e por trazer várias bandas traz uma versatilidade maior de público. Raramente um único artista consegue atrair diferentes tipos de pessoas para seus shows, mas festivais, como o Contato, conseguem atrair públicos variados, o que faz com que pessoas diferentes possam dividir um mesmo espaço e conviver pacificamente em prol da música e da arte.