

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

Modelos globais de festivais de música e identidade: o caso do
Primavera Sound São Paulo

Marilia Theotonio Dutra

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Especialista em Gestão
de Projetos Culturais

Orientadora:
Prof^ª. Dr^ª. Karina Polli

São Paulo

2024

Resumo: Esta pesquisa procura compreender a adaptação de modelos globais de festivais de música para o cenário brasileiro, e as negociações identitárias que acontecem no processo de execução de um formato internacional localmente. Para isso, foi estudado o caso do Primavera Sound, festival que tem origem em Barcelona e realizou duas edições brasileiras, em São Paulo, em 2022 e 2023. Foram analisados materiais de imprensa e comentários do público nas redes sociais sobre as edições do festival, além de entrevista com representante da produtora local do Primavera Sound para compreender as etapas da importação desse festival para o Brasil.

Palavras-chave: Festivais de música. Identidade. Curadoria musical.

Abstract: This research seeks to understand the adaptation of global music festival models to the Brazilian context and the identity negotiations that occur in the process of executing an international format locally. For this purpose, the study will focus on the case of Primavera Sound, a festival that originated in Barcelona and had two editions in Brazil, taking place in Sao Paulo in 2022 and 2023. Press materials and public comments on social media about the festival editions were analyzed, as well as an interview with a representative of the local production of Primavera Sound, to understand the stages of importing the festival to Brazil.

Keywords: Music festivals. Identity. Music curation.

Resumen: Esta investigación busca comprender la adaptación de los modelos globales de festivales de música al contexto brasileño, y las negociaciones identitarias que ocurren en el proceso de ejecutar un formato internacional localmente. Para ello, se estudió el caso de Primavera Sound, un festival originado en Barcelona que ha hecho dos versiones en Brasil, en la ciudad de Sao Paulo en 2022 y 2023. Se analizaron materiales de prensa y comentarios del público en las redes sociales sobre las ediciones del festival, además de una entrevista con un representante de la productora local de Primavera Sound para comprender las etapas de la importación del festival a Brasil.

Palabras clave: Festivales de música. Identidad. Curaduría musical.

Introdução

A palavra “festival” tem origem na ideia de celebração, aplicada a um evento público que celebra atividades diversas. Já a palavra “identidade” refere-se a um conjunto de características, atributos, crenças, valores e experiências que definem e distinguem uma pessoa ou grupo de outros. Aplicar o conceito de identidade a grandes eventos, como festivais de música, permite explorar de que modo essas ocasiões podem funcionar como plataformas para a expressão e a formação de identidades coletivas e individuais.

A identidade de um festival pode ser entendida como um fenômeno multifacetado, que não apenas reflete a percepção pública e as influências contextuais, mas também evolui através de um processo contínuo de adaptação e reinterpretação. Para analisá-la, é necessário considerar tanto a constância dos elementos fundacionais quanto a flexibilidade necessária para responder a novas influências e aos contextos culturais.

No contexto brasileiro, a importação de modelos globais de festivais de música é uma prática recorrente: festivais como o Lollapalooza, Tomorrowland e Primavera Sound são exemplos constantes no calendário cultural do país (O GLOBO, 2024). Quando esses eventos são recebidos e vivenciados em um novo contexto sociocultural, como no Brasil, acontecem a negociação e a adaptação do formato e da identidade internacionais a esse país – uma interação dinâmica entre as estruturas globais preestabelecidas e as particularidades locais.

Após a pandemia de Covid-19, o setor de música ao vivo passou por um ‘superaquecimento’, com a multiplicação de eventos e com o aumento do interesse de artistas internacionais a passarem pelo país (OMENA, 2024). Entre os diversos novos nomes de festivais que surgiram na agenda brasileira, estava a edição local do Primavera Sound, festival de origem espanhola conhecido por abrigar novas tendências musicais globais.

O Primavera Sound teve seu início em 2001, em Barcelona, como um modesto festival de indie rock com atrações da cena alternativa espanhola, mas cresceu e se transformou ao longo de duas décadas em uma marca de renome internacional. O evento passou a ser reconhecido de forma global e possui, atualmente, edições em Porto, Los Angeles, Santiago, Assunção, Bogotá e São Paulo. Apesar de sua expansão, o Primavera conseguiu manter sua essência e reputação – com uma programação que equilibra atrações *mainstream* e alternativas em grandes palcos, o festival ainda mantém uma aura *cool* e se destaca por sua capacidade de antecipar tendências

musicais, atraindo um público apaixonado pela música e pela descoberta de novos talentos (GUERRA, 2023).

As duas primeiras edições do festival no Brasil aconteceram em 2022 e 2023, com um *line-up* que incluía artistas que operam fora do circuito *mainstream*¹, tais como Charli XCX e Arca, bem como figuras proeminentes da cena musical contemporânea, como Travis Scott, além de ícones renomados da música alternativa global, como The Cure, Björk e Pet Shop Boys.

A primeira edição do Primavera Sound São Paulo foi produzida pela Live Nation, empresa parceira da Rock World, detentora do Rock in Rio. A produtora responsável pela execução do festival atualmente é a Time For Fun (T4F), que até 2022 foi também a responsável pelo Lollapalooza Brasil, um dos principais espaços para artistas internacionais no mercado de shows do país. A T4F é considerada responsável pela expansão e pelo estabelecimento do Lollapalooza no calendário nacional, ampliando o público do evento ao transferi-lo para o Autódromo de Interlagos, garantindo, assim, grandes nomes para os *line-ups* desde 2013 (SETTI, 2023). Com o Primavera, a produtora garantiu 10 anos de execução do festival no Brasil, com uma operação que inclui a transmissão dos shows nos canais Multishow e BIS, e um acordo com a prefeitura de São Paulo para a operação prolongada de trens e metrô na saída do festival (PRADO, 2022).

Em festivais de música, diferentes identidades culturais se encontram, se confrontam e se entrelaçam, promovendo um espaço de negociações e ressignificações. Alinhados ao público que consome suas atrações musicais, os festivais também refletem e influenciam as tendências culturais e sociais de seu tempo. Existem muitos aspectos que compõem a experiência de um megaevento como um festival de música e que podem fazer parte da construção de sua identidade: a curadoria de artistas no *line-up*, o tamanho do consumo desses artistas, os gêneros musicais presentes no trabalho dos artistas selecionados, além das próprias identidades do público consumidor desses artistas. Ainda há que se considerar o local de realização do evento, as marcas presentes em seu projeto, a distribuição de palcos, os dias de shows, os produtos disponíveis para consumo, dentre outros diversos fatores que impactam na vivência do evento em si e, principalmente, na forma como ele reverbera na imprensa, no mercado e no público.

¹ O termo *mainstream* refere-se a algo “que pertence a uma corrente ideológica ou cultural dominante, convencional ou mais divulgada”(Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2024).

Considerando o hibridismo da identidade de um evento como um festival de música, em específico um festival construído a partir de um modelo global, a pergunta deste estudo é: qual é a identidade do Primavera Sound São Paulo, construída a partir de uma perspectiva de público, de imprensa e de mercado – os detentores da marca e a produtora local?

Quando um modelo de festival é exportado para outros países, a identidade original do evento não é simplesmente transportada; ela passa por um processo de adaptação e transformação. A exportação de um festival global para um novo mercado implica a inserção de sua marca e de seu conceito em um contexto cultural e social distinto, assim como exige o ajuste de elementos do festival original para que se alinhem a expectativas e preferências locais.

Para compreender todo esse processo, no caso específico do Primavera Sound São Paulo, o primeiro passo do estudo foi distinguir as etapas de importação de um modelo de evento internacional para o Brasil, explorando os desafios logísticos, culturais e mercadológicos que surgem durante essa transposição. Para isso, foi conduzida uma entrevista com um representante da produtora T4F, responsável pela organização do evento no Brasil desde a sua segunda edição, com o objetivo de mapear as etapas inerentes ao processo de importação de um modelo internacional de festival de música, e ter uma visão mais aprofundada dos desafios logísticos, culturais e mercadológicos envolvidos na transposição do evento para o país.

A investigação inclui, também, o estudo da adaptação do *line-up* para a versão brasileira, um processo que envolve não apenas a inclusão de atrações locais, mas também a necessidade de alinhar essas escolhas à curadoria do festival original e às expectativas do público brasileiro. Para isso, foi feita também uma análise comparativa dos *line-ups* do Primavera Sound São Paulo e do Primavera Sound Barcelona, nos anos de 2022 e 2023, buscando elucidar de que forma a curadoria do festival é transformada ao ser adaptada para outro país, destacando as principais similaridades na seleção de artistas e estilos musicais, e como os diferentes nomes se encaixam na formação da identidade do festival.

Este estudo fez, ainda, uma análise crítica de materiais de imprensa e de comentários em redes sociais referentes às edições do festival Primavera Sound em São Paulo nos anos de 2022 e 2023. Esse procedimento visou captar a percepção da crítica especializada e do público acerca da adaptação do festival ao contexto brasileiro, bem como buscou identificar os elementos que se sobressaem na identidade do evento.

Com o material da entrevista e análise comparativa entre os *line-ups* de São Paulo e Barcelona, compreendeu-se o processo de adaptação de uma identidade global de evento (marca Primavera Sound) para um contexto específico (São Paulo, Brasil). Consolidando os temas principais que surgiram nas matérias de imprensa sobre o festival e nos comentários feitos em redes sociais por seu público, compreendeu-se o resultado final desse processo de adaptação: a identidade do festival da perspectiva do público, da imprensa e do mercado de entretenimento.

Para se estudar a identidade de um evento como o festival Primavera Sound – entendido como uma marca global – foi tomado por base o conceito de poder simbólico de Pierre Bourdieu. O autor argumenta que o poder simbólico é a capacidade de impor significados e legitimar práticas culturais, o que confere a uma instituição ou a um grupo o poder de definir o que é valorizado dentro de uma sociedade (BOURDIEU, 1989).

No caso de um festival, a marca não apenas organiza um evento, mas atua como um agente cultural que legitima certos gêneros musicais, estéticas e comportamentos. A escolha do *line-up*, as experiências oferecidas e as colaborações estabelecidas refletem a capacidade da marca de impor uma visão de valor cultural, o que, por sua vez, contribui para o seu prestígio e seu capital simbólico. Ao trazer essas experiências para um novo mercado, a edição local do evento já vem carregada de um poder simbólico, que perpassa sua nova identidade ao adentrar esse novo cenário. Quem frequenta o festival, ao consumir essas múltiplas influências culturais, constrói uma identidade híbrida, marcada pela fusão de referências globais e locais. Stuart Hall, um dos principais teóricos no campo dos estudos culturais, aborda a identidade como uma construção social e cultural, fluida e em constante evolução: segundo Hall, a identidade não é um estado fixo, mas um “ponto de encontro” entre o passado e o presente, entre a história, a cultura e as narrativas individuais (HALL, 2006). Nesse sentido, a identidade construída em um festival global reflete essa contínua negociação entre o que é globalmente reconhecido e o que é localmente vivido. Essa dinâmica não apenas amplia o repertório cultural dos participantes, mas também redefine suas percepções de pertencimento e de autenticidade, permitindo que construam uma identidade a um só tempo local e global, moldada tanto pelas influências estrangeiras quanto pelas particularidades de sua própria cultura.

Assim, este estudo foi estruturado partindo de uma compreensão mais ampla do objeto de pesquisa (o festival Primavera Sound) e do contexto do mercado na chegada do festival ao Brasil. Para isso, o estudo apoia-se na obra de Pierre Bourdieu e de Stuart Hall para estabelecer o conceito de identidade e entender como são ressignificados os valores simbólicos da marca

Primavera Sound em novos contextos culturais. Posteriormente, foi feita a análise da fonte primária – entrevista com membro da produtora T4F – para se construir uma visão mais clara do processo de adaptação de um evento global para o Brasil, e, ainda, a análise comparativa dos *line-ups* do festival em Barcelona e em São Paulo, buscando entender o desfecho desse processo. Por fim, foram analisadas as fontes secundárias: o material de imprensa e os comentários do público online, consolidando os temas principais que prevalecem em cada um.

Dessa forma, esta pesquisa estabelece três vozes para a identidade do festival: a marca Primavera Sound e sua produção local, que apresenta uma proposta de identidade com a curadoria do *line-up* e a estrutura do evento; o público, que traz suas percepções da identidade do evento de forma espontânea nas redes sociais; e a imprensa, que faz uma análise crítica do evento considerando o contexto do mercado, propondo uma terceira identidade.

1. O festival Primavera Sound

Desde 2001, o Primavera Sound vem construindo uma longa história com a música ao vivo. Tendo Barcelona como seu epicentro, foi se expandindo globalmente ao longo dos anos: inicialmente um evento de um dia no espaço do museu Poble Espanyol, foi se transformando em uma das maiores referências de eventos ao vivo para música alternativa no mundo. Seus *line-ups* trazem nomes de extrema força na história da música mundial como The White Stripes, Sonic Youth, PJ Harvey, The Strokes, Kendrick Lamar, Radiohead, Björk e Rosalía (PRIMAVERA SOUND, 2024).

A programação inclui, também, o Primavera A La Ciutat, extensão do festival com a proposta de integrar o Primavera à programação das casas de show da cidade que o recebe. Esse formato acontece desde 2008 e trouxe à Barcelona mais de 200 shows em 14 casas de espetáculo na edição de 2022 (BRITO, 2022). O Primavera tem também uma proposta multidisciplinar, incluindo anualmente, além de sua programação musical, o Primavera Pro – um encontro internacional criado em 2010 com palestras e *workshops* para profissionais da música.

A expansão do festival para outras cidades do mundo começou há mais de uma década: o Primavera Sound Porto acontece anualmente, desde 2012, em Porto, Portugal, uma semana após o evento em Barcelona, e já firmou-se como um marco no circuito europeu. Em 2022, o festival anunciou edições em Los Angeles, São Paulo, Buenos Aires e Santiago, exportando pela primeira vez seu modelo para outros continentes (NETO, 2022). Assim

como o evento original em Barcelona, suas versões no continente americano receberam também a programação do Primavera na Cidade, com apresentações de artistas internacionais e locais durante a semana do festival.

A primeira edição do Primavera Sound no Brasil chegou em um contexto de efervescência do mercado de festivais no país – posterior à pandemia de Covid-19, no ano de 2022 – em que a sensação geral era a de crescimento da procura do público por grandes eventos. O primeiro festival de grande porte da retomada foi o Lollapalooza, em março de 2022, que registrou 23% a mais de pagantes que a edição de 2019 (MULTISHOW, 2022).

Em Barcelona, o Primavera Sound havia obtido em junho daquele ano um retorno extremamente positivo: o *line-up* estrelado, divulgado em 2021, trazia alguns dos maiores nomes da música contemporânea como *headliners*: Dua Lipa, Megan Thee Stallion, Lorde e Tyler The Creator, ao lado de ícones do cenário alternativo que marcam a identidade eternamente *cool* do festival, como The Strokes, Nick Cave, Massive Attack, Gorillaz e Tame Impala. Mais de 400 atrações fizeram parte dessa edição, com um público estimado de 500 mil pessoas entre os dois finais de semana do festival e a arrecadação de mais de 350 milhões de euros para a cidade de Barcelona (ACN BARCELONA, 2022). Combinando nomes em destaque no cenário popular e atrações renomadas na história da música alternativa global, o festival reforçava sua relevância cultural e sua identidade focada em um público apaixonado por música.

2. Identidade e eventos culturais

No contexto de um festival de música, a sua identidade começa pela marca – o nome que reflete a proposta do evento. Essa marca expressa-se nas atrações selecionadas, no local onde ele ocorre, na época do ano, no preço dos ingressos, nos dados demográficos do público que atrai (idade, identidade de gênero, renda, nacionalidade, sexualidade etc.): os fatores que, juntos, indicam o que a experiência do festival oferece. No caso do Primavera Sound, trata-se de um dos maiores festivais da Europa, realizado durante a primavera, quando o clima favorece eventos ao ar livre, com uma tradição de apresentar artistas de grande relevância global e nomes emergentes do cenário alternativo internacional, constituindo uma programação diversa que permite ao público desfrutar tanto de shows grandiosos, com artistas de público massivo, quanto de shows mais intimistas e das novidades mais frescas do mundo musical.

Assim, quando um modelo de evento como um festival de música é transferido para outro país, sua marca chega a esse novo contexto já carregada do que Pierre Bourdieu (1989) define

como poder simbólico – a capacidade de construir a realidade, instituindo valores, conceitos e classificações. Nesse contexto, o festival cria uma realidade temporária para seu público, legitimando as atrações do *line-up* ao apresentá-las como referências importantes no cenário musical e, portanto, validando os participantes como conhecedores atentos ao que é globalmente relevante na música. A construção dessa realidade transcende a experiência física do evento, posicionando o festival como uma plataforma simbólica que agrega valor cultural e social.

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou económica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido. (BOURDIEU, 1989, p.14)

Como afirma Bourdieu, o poder simbólico só se exerce quando é reconhecido. No caso do Primavera Sound, sua marca já era globalmente reconhecida como um ponto de encontro do que é considerado *cool* e relevante no cenário musical antes de chegar ao Brasil. Ao ser realizado no país, o festival legitima o público brasileiro como integrante dessa cena cultural vibrante, legitima artistas nacionais como parte das tendências musicais mais relevantes no cenário global, e possibilita a criação de narrativas e memórias coletivas do público, diretamente ligadas à experiência do festival. Assim, o poder simbólico é o conceito fundador da identidade do evento.

Pensando no público e nas narrativas criadas a partir da sua participação no evento, é cabível trazer a visão de Stuart Hall (2006) sobre a concepção de identidade no “sujeito pós moderno”, o ser humano que pode assumir diferentes identidades em diferentes contextos. Ao participar de um evento como um festival de música, os indivíduos que compõem o público do evento podem se sentir parte de uma “comunidade temporária”, estabelecendo conexões com aqueles que compartilham interesses semelhantes em relação à música, à arte e estilo de vida.

As narrativas coletivas que emergem dessas interações ajudam a fortalecer a sensação de pertencimento e a identidade comunitária, criando uma rede de significados compartilhados que transcende a experiência individual. Esse fenômeno pode ser relacionado ao conceito de “comunidades imaginadas” de Benedict Anderson, destacado na obra de Hall (2006), que descreve como grupos de indivíduos se conectam e se identificam com uma comunidade que, muitas vezes, existe apenas na imaginação coletiva, como é o caso dos participantes de um evento cultural.

Tendo Bourdieu e Hall como bases teóricas, podem-se estabelecer os pilares fundamentais da identidade de um evento cultural: 1. o poder simbólico que a sua marca carrega;

e 2. as narrativas construídas pelo público consumidor do evento, responsáveis por estabelecer o senso de comunidade entre os seus frequentadores e a sua fidelização à marca, mantendo vivo o seu legado.

3. Importação de modelos globais de festivais de música

Para compreender como se dá a adaptação de um modelo de evento replicado globalmente, este estudo utilizou como fonte primária uma entrevista com um membro da equipe da empresa T4F, responsável atual pela produção do Primavera Sound São Paulo. O entrevistado, Caio Dias, atua como Tours & Festival Manager na T4F desde 2019, tendo participado da produção de importantes eventos como Lollapalooza, Popload, GRLS! e o próprio Primavera Sound. A entrevista foi conduzida em áudio, gravada e, posteriormente, transcrita.

O processo de trazer um modelo de evento internacional como o Primavera Sound para o Brasil inicia-se com um estudo detalhado de mercado, do público-alvo e do calendário de eventos no país:

Considero que temos três etapas principais nesse processo: a primeira etapa é fazer um estudo de mercado bem aprofundado para entender se tem espaço para o evento e qual o potencial (...), se tem potencial de bilheteria, potencial de patrocínio, em qual *venue*² você vai fazer, então fazer esse pré-exercício de quais são todas as possibilidades e o que tem de potencial no projeto, considerando o que o mercado já tem. A segunda etapa é a negociação em si – para essas marcas globais, a produtora local tem que fazer uma negociação com os detentores –, e nessa negociação é definido o modelo de negócios: se é uma sociedade ou só um licenciamento da marca. E então nessa etapa você define as premissas do negócio, como esse contrato vai ser estruturado e então fecha esse modelo. A última etapa é o planejamento da execução mesmo: a reserva dos lugares, início de negociação com atrações, todo esse planejamento, no mínimo um ano antes da realização do festival. (DIAS, 2024)

Em relação ao *line-up* local de um evento global, as atrações não seguem necessariamente uma mesma lógica, mas acabam, muitas vezes, coincidindo com seus eventos “irmãos” pela própria demanda de consumo dos artistas em alta no momento das negociações e, principalmente, para conciliar as agendas em diferentes partes do mundo:

Não existe nenhuma negociação ou nome pré determinado [para o *line-up* local], mas o processo de *booking* – o processo de contratar as bandas e os artistas – é sempre feito a muitas mãos, então geralmente esses festivais estão incorporados em mais de uma edição; por exemplo, você vê que quase sempre tem a edição do festival no Brasil, outra no Chile, outro na Argentina e eles acontecem dentro da mesma janela, porque é o jeito de aumentar a chance de conseguir esses artistas para todos os *line-ups*, já que (...) precisa ser uma viagem que vale a pena e seja interessante para os artistas – então, esse processo do *booking* é coletivo. São decisões de comum acordo entre o detentor da marca, que

² Venue é um termo em inglês que pode ser traduzido para “espaço”, “local” (COLLINS, 2024) - neste contexto, se refere ao local em que o festival acontece.

geralmente é quem lidera o processo de *booking*, e que junto com os produtores vão determinar as prioridades, as ofertas e o *budget* do festival como um todo. (DIAS, 2024)

A adaptação e curadoria do *line-up* esbarra também no contexto cultural de consumo dos artistas no local em que o evento será realizado:

Acho que o primeiro grande desafio é esse contexto cultural e como cada artista é percebido em cada mercado diferente (...) às vezes uma banda que é gigante no Primavera da Espanha ou gigante no Lollapalooza de Chicago não vai funcionar no Brasil, ou, ainda, algo que é gigante no Brasil, pode não funcionar na Argentina. Então, acho que um dos principais desafios é esse alinhamento cultural, porque cada país tem seu público, e cada público tem sua forma de consumir música, os artistas favoritos. (DIAS, 2024)

Encaixar atrações locais na identidade do festival internacional já é um desafio, mas ainda há a considerar o calendário de eventos dos quais esses artistas já fazem parte e um comprometimento com o projeto desse festival, além de reforçar a importância do cenário local em seu *line-up*, não limitando artistas nacionais aos horários de abertura do evento:

Os artistas brasileiros tem um circuito de festivais gigante, então tem um desafio de alinhar agendas principalmente em relação ao *blackout* (período que o artista não pode fazer shows na cidade antes e depois do festival) (...) isso precisa acontecer porque tem bastante investimento, de mídia (...) e a ideia é que o artista local contribua também para o sucesso do projeto. Outro ponto é a busca [dos artistas nacionais] por *slots*³ melhores, [pois] antigamente a participação de artistas locais em festivais era muito limitada a *slots* de abertura, mas hoje existe mais espaço para fazer adaptações nesse sentido e ter artistas nacionais em horários muito bons de público. (DIAS, 2024)

A adaptação de um festival de música internacional ao contexto brasileiro demanda um processo intrincado de tradução cultural, que transcende a mera replicação de um modelo global. O objetivo principal da produção local é não apenas equilibrar as expectativas globais com as particularidades nacionais, mas também integrar de forma coerente os elementos culturais e mercadológicos do Brasil, buscando preservar a essência do festival enquanto tenta responder às demandas específicas do público.

4. Repercussão do Primavera Sound São Paulo 2022 e 2023

Para entender a percepção geral de público e mercado sobre a primeira edição do Primavera Sound São Paulo, foram consideradas matérias de imprensa de publicações de relevância no Brasil, e as reações online sobre o evento através de *posts* na plataforma X (antigo Twitter⁴) que mais representaram a visão da identidade do festival pelo público.

³ *Slot* se refere a *time slot*, que pode ser traduzido para “faixa de tempo” em inglês (LINGUEE, 2024). Ou seja, nesse contexto, o período em que se encaixa a apresentação de um artista em um festival.

⁴ Em 2023, a rede social Twitter passou a se chamar “X”, poucos meses após a compra da empresa pelo empresário de tecnologia Elon Musk (FREITAS, 2023).

A primeira edição do Primavera Sound no Brasil chegou a São Paulo com produção da Live Nation Brasil, e o jornalista musical Pedro Antunes foi escalado para a curadoria de atrações do festival. A proposta curatorial vinha com objetivo de não só trazer artistas que o público já consome e dos quais pede a presença em eventos no Brasil, como também usar o espaço do festival para apresentar nomes interessantes a um novo mercado:

“O lance todo é construir um line-up que a gente olhe para os nomes, desde os que aparecem maiores até os menores, e encontre quatro elementos principais: a sua banda favorita, a sua nova banda favorita, o artista para fazer você descer até o chão e aquele que vai explodir sua mente”, explica Pedro. (REIS, 2023)

O *line-up* do festival foi bem recebido pelo público nas redes sociais desde o início, causando surpresa principalmente pela decisão de apostar em um grupo de artistas diversificado e com inúmeras atrações de público mais nichado – fato comum no histórico do Primavera mas não tanto nos festivais internacionais reproduzidos no Brasil.

Guilherme (2022) escreveu no X: “muito feliz e impressionado com o line do primavera, finalmente alguma concorrência pro lolla... deitavam e rolavam porque não tinha ninguém no mesmo nicho agora a farra acabou”, indicando também a vontade do público de ir a outros festivais de música alternativa no país. Os elogios vieram também pelo consumo dos artistas do *line-up* vir principalmente da comunidade LGBTQIAP+. O usuário Mundinho Pinkpantheress (2022) escreveu: “Acho que a comunidade lgbtqia+ nunca venceu tanto com esse line up do primavera sound, simplesmente arca & bjork & Jessie ware & ravenna & phoebe bridgers & Caroline & shygirl, como pode um lineup ser gay”.

Em relação às atrações locais que compuseram o *line-up*, a curadoria da primeira edição teve um esforço de usar a programação do festival como espaço para que o público que consome os *headliners* internacionais seja também apresentado aos nomes interessantes que estão despontando na cena local:

O Primavera na Cidade é meu ‘xodozinho’. A ideia é entregar pra cidade o aquecimento de cenas locais, e não é só assistir aos headliners. É também conhecer a Karin Francis, pérola do R&B de Manaus, a Gab Ferreira e a BRVNKS, celebrar o rap de Belo Horizonte... Normalmente, sideshows envolvem uma banda, no máximo mais uma de abertura. Mas os espanhóis gostam de ‘fiesta’, a ideia deles sempre foi ter quatro ou cinco shows por noite e mais um DJ. Se o público quiser, pode ficar até 5 horas da manhã ‘no rolê’ com a gente (ANTUNES, 2022).

No Brasil, o Primavera Sound divide seu poder simbólico e legitima artistas brasileiros como parte de uma cena que se encaixa na programação do Primavera na Cidade, ganhando uma identidade dentro de uma história de construção e valorização da música alternativa, agora globalmente.

Os *line-ups* do Primavera Sound Barcelona 2022 e do Primavera Sound São Paulo 2022 trouxeram paralelos interessantes para compreender a adaptação do evento à América Latina. Além de Lorde como *headliner* em ambos, as duas edições tiveram bandas icônicas de indie rock no topo da programação: enquanto Arctic Monkeys liderou em São Paulo, The Strokes cumpriu esse papel em Barcelona, ambas as bandas com legiões de fãs e que são parte do DNA do festival. No campo do pop alternativo, Charli XCX e Jessie Ware foram destaques nos dois eventos, ambas em turnê com projetos bastante elogiados pela crítica⁵ e representando o pop com influências mais experimentais e contemporâneas. A estrela pop Dua Lipa, no auge da turnê do álbum *Future Nostalgia* como *headliner* em Barcelona, teve como paralelo o gigante do rap Travis Scott em São Paulo, ambos com trabalhos de alcance massivo do público *mainstream*⁶.

A *drag queen* Pablllo Vittar, embora uma das maiores artistas do cenário pop no Brasil, representa o *queer* alternativo internacional no *line-up* do Primavera Sound Barcelona 2022, trazendo uma sonoridade brasileira não tão comum para o consumo do público europeu. Pode-se considerar que a artista colombiana Arca⁷ cumpre esse papel no *line-up* de São Paulo, oferecendo uma proposta mais experimental e conceitual, explorando as fronteiras da música e da identidade *queer*, com elementos sonoros e visuais de sua performance.

Com um público de mais de 55 mil pessoas, em cada um dos dias do Primavera Sound São Paulo, a repercussão midiática elogia, principalmente, as apresentações musicais, e felicita o fato de o festival conter poucas ativações de marcas e outras experiências fora dos palcos – diferente de outros eventos como o Rock in Rio e o Lollapalooza. O jornal *A Folha de S. Paulo* destacou o protagonismo da música:

A mistura de artistas que fogem do mainstream e de novidades queridinhas da cena mundial consagrou o Primavera Sound, que fez sua estreia brasileira (...) em São Paulo, como boa opção de um megafestival em que a música que é feita atualmente é protagonista. Na contramão dos concorrentes no Brasil, como o Lollapalooza e o Rock in Rio, o festival apostou menos em experiências — como as infinitas ativações de marca ou atrações como roda-gigante e montanha-russa —, e deixou o protagonismo para quem estava no palco. (LEWER; BRÉDA, 2022)

⁵ O álbum *Crash* de Charli XCX, lançado em março de 2022, e o álbum *What's Your Pleasure* de Jessie Ware, lançado em junho de 2020, foram muito elogiados pela crítica internacional, e o Primavera Sound marcou as turnês de divulgação de ambos os projetos após a pandemia de Covid-19 (BRÉDA, 2022).

⁶ Travis Scott é um dos maiores expoentes do gênero trap, que ganhou extrema popularidade global na última década; seu show no Primavera Sound São Paulo foi um dos maiores e mais energéticos da edição, com um público que já o esperava desde o anúncio do artista no *line-up* do Lollapalooza 2020, cancelado pela pandemia de Covid-19 (BRÉDA, 2022). Dua Lipa apresentou em Barcelona um dos primeiros shows do álbum *Future Nostalgia*, que quebrou diversos recordes de *streaming* desde o seu lançamento em 2020, e que pode ser finalmente divulgado em turnê ao redor do mundo a partir de 2022 (MEDEIROS, 2022).

⁷ Arca, nome artístico de Alejandra Ghersi Rodríguez, é uma artista venezuelana trans não-binária conhecida por seu trabalho experimental e colaborações com nomes como Björk, Rosalía, Kanye West, Frank Ocean e FKA Twigs (SPLASH UOL, 2022).

No site Splash, do UOL, foi destacada a diversidade do *line-up*, entre atrações locais e internacionais:

O mais legal do Primavera Sound foi sair do “mais do mesmo”. Em vez de convidar artistas consagrados em diversos festivais, o evento buscou ampliar a gama. Diversos artistas de língua espanhola foram convidados, assim como músicos brasileiros de vários estados, e não apenas do sudeste. O estilo também foi bastante diversificado: do funk de L7NNON até o indie de Lorde (REIS, 2022).

A revista *Veja* também reforçou o peso das atrações do evento:

Conhecido por reunir nomes importantes na cena indie, o festival agitou o Anhembi até a madrugada de domingo, 6, com shows de Arctic Monkeys, Bjork, Mitski, Phoebe Bridgers, Lorde e uma série de outras atrações de peso que se dividiam entre os cinco palcos do evento. O saldo final foi positivo: o lineup, é claro, foi o ponto alto, entregando aos fãs do gênero shows elaborados e divertidos (...) Outro ponto positivo foi a diversidade temática. O Auditório Barcelona (...) teve apresentações mais calmas, como a do pianista Amaro Freitas. No palco Bits, a eletrônica dominou o final de semana, enquanto as outras atrações se espalharam pelos demais locais. (CAPUANO, 2022)

O espaço escolhido para o evento também foi motivo de destaque na repercussão do festival na imprensa, destacando principalmente a variedade de palcos, a facilidade de circulação e o acesso a banheiros e alimentação, além de iniciativas de acolhimento do público LGBTQIA+, como banheiros sem distinção de gênero (CAPUANO, 2022).

Nas redes sociais, a força do *line-up*, o espaço de circulação facilitada e a experiência do evento focada no consumo das atrações musicais foram também os principais temas comentados pelo público do festival. Clara (2022) escreveu no X: “críticas primavera sound: achei que foram muitos artistas bons, da próxima vez gostaria de um line up um pouquinho pior pra poder descansar um minuto”. Andalite Bandit (2022) escreveu: “foco na música, água de graça, poucas filas, o palco elo hit com arquibancada, primavera vai fazer outros festivais terem que ralar muito”, comparando a experiência do Primavera Sound com outros festivais internacionais que acontecem no Brasil. Escriba (2022) também fez a comparação: “se o primavera sound se solidificar como um festival anual nunca mais piso os pés no lollapalooza”.

O Palco Elo, um dos três palcos do festival na Arena Anhembi, foi elogiado por incluir uma arquibancada e permitir que parte do público assistisse aos shows sentados. Calcy (2022) escreveu: “sem fila pra comprar bebida, muitos banheiros e super limpos, tudo bem sinalizado e a galera que tava trabalhando lá bem simpática, palco elo e primavera chocantes de bons, shows pontuais, contras: saída infernal do Anhembi e palco beck’s”.

Entre as críticas, houve questionamento sobre o Palco Becks, um dos principais, ter sido posicionado em um estacionamento com árvores que atrapalham parte da visão dos shows, além da logística confusa de saída do festival. Mas não pareceu que essas questões mancharam a experiência do evento: Cinamorroll de oliveira (2022) escreveu: “a estrutura em si do primavera foi muito boa viu teve umas coisas q deixaram desejar como a volta q foi horrível e longe do portao principal e tbm o fato de terminar muito tarde, porem o resto do evento foi muito bom palco elo e palco primavera simplesmente os melhores!!!”.

A “nostalgia” após os dois dias de Primavera Sound São Paulo foi um assunto frequente entre os comentários do público do festival no X. Jojo (2022) escreveu: “Não quero tirar minha pulseira do Primavera, não quero que esse festival acabe, agora mesmo indo pro Anhembi pra ficar sozinho no palco ELO lembrando do show da Arca”. Clara (2022) escreveu: “O ano é 2052, eu estou contando aos meus netos que fui a algum show no festival Primavera Sound São Paulo”. Guilherme (2022) escreveu: “Não paro de pensar no Primavera, foi insano o quanto eles acertaram no line-up, na estrutura, horário dos shows... foi o Woodstock dos gays da TL [timeline da plataforma X]”.

Os temas comuns entre o conteúdo produzido pelo público do festival no X e o material de imprensa sobre o evento foram principalmente elogios ao *line-up* e à estrutura, além do acolhimento ao público LGBTQIAP+.

A marca Primavera Sound já chegou ao Brasil carregada de um histórico de valorização de um *line-up* coerente, ligado às tendências atuais, ao mesmo tempo em que valoriza o legado de ícones da música *underground*. A repercussão da primeira edição em São Paulo deixa claro que o festival se destacou entre outros eventos musicais grandiosos do calendário do país com o foco na experiência de consumo de música acima de tudo.

Em 2023, o Primavera Sound São Paulo tornou-se responsabilidade da produtora T4F, que já tinha em seu histórico a produção do Lollapalooza no Brasil desde 2013. Em entrevista ao Splash UOL, o diretor de comunicação do Primavera, Joan Pons, reforçou o sucesso da primeira edição, a vontade de fidelizar o público em São Paulo e a parceria com a T4F:

O público de São Paulo foi o melhor que já vi em um festival. Eles curtiram muito a música, foram respeitosos, eram diversos e aproveitaram. Pensei: ‘Uau, quero esse público para todos os Primavera Sounds do mundo’. Foi uma prova de que fizemos a coisa certa ao trazer o festival para o Brasil. (...) Nós precisamos de um parceiro local para apontar a direção certa. Para contratar talentos locais porque faz sentido para nós. Temos que confiar neles e eles têm

uma missão, que é apontar qual artista é mais ‘Primaveril’, vamos dizer assim. E eles estão fazendo isso muito bem. (STEVANATTO, 2023)

O *line-up* da segunda edição do festival em São Paulo apostou em nomes de peso na história da música: entre os *headliners* estava a banda The Cure, sucesso dos anos 1980 e 90, em paralelo à liderança do Blur no *line-up* de Barcelona. A cota do pop alternativo foi preenchida por Halsey em Barcelona, e por Carly Rae Jepsen no Brasil – artistas de sonoridades diferentes, mas com carreiras que correm à margem do pop *mainstream* e com bases de fãs fiéis. Marisa Monte também compôs os *headliners* do festival, demonstrando o entendimento do Primavera sobre o seu legado e seu histórico que se encaixam perfeitamente na programação “primaveril”, além de ter marcado o esforço da produtora local de colocar atrações nacionais em um bom *time slot* da programação (das 18h40 às 19h40). Ainda entre as atrações brasileiras, nomes importantes do funk nacional também foram incluídos, como Mc Bin Laden, Mc Carol e DJ Gabriel do Borel, demonstrando a atenção do Primavera Sound ao crescimento e à importância do ritmo no cenário da música brasileira e global (FOLHA DE S.PAULO, 2023).

Entre as atrações de 2023 também se destaca um exemplo bastante marcante da transformação da identidade do festival em um novo contexto, e sua atenção às tendências culturais globais: o paralelo entre a inclusão da banda Moldy Peaches no *line-up* edição de 2023 em Barcelona, e a inclusão do Cansei de Ser Sexy (CSS) na edição brasileira do mesmo ano. Tanto Moldy Peaches como CSS são expoentes do “indie sleaze”, movimento musical e estético do final dos anos 2000 e início dos anos 2010, que vem passando por ressurgência entre a geração Z nos últimos anos (COSSLETT, 2022). Caracterizado por uma atitude despreziosa e hedonista, o movimento combinava elementos de rock alternativo, punk, e cultura de festas, com uma estética visual que evocava uma sensação de desleixo e *glamour* decadente.

A escolha de trazer o CSS é particularmente emblemática, pois a banda não só se alinha perfeitamente ao ressurgimento da estética e sonoridade associadas ao “indie sleaze”, mas é também uma atração brasileira e uma interpretação brasileira do movimento. Isso reforça a importância dada pelo festival aos movimentos culturais, tanto no cenário internacional quanto no contexto local, adaptando-se de maneira eficaz às dinâmicas culturais do país. O show foi eleito pelo portal G1 como um dos melhores do festival em 2023, trazendo “clima de adolescência desregrada” ao Primavera (PRADO, 2023).

Considerando o conceito de poder simbólico de Bourdieu, no contexto do Primavera Sound São Paulo, o festival atua como um mecanismo de legitimação e amplificação de

movimentos culturais globais e locais – no exemplo citado, o “indie sleaze”. Essa interseção entre o global e o local na programação é uma característica fundamental da construção da marca do Primavera Sound, que se posiciona como um festival que prioriza a relevância cultural dos atos que compõem sua programação. Ao incorporar tendências emergentes e reemergentes como essa, o festival não apenas reflete o *zeitgeist*⁸ da cultura, mas também contribui para a validação e propagação dessas tendências, tornando-se um ponto de referência para o público que busca pertencimento e identidade dentro dessas subculturas.

A edição de 2023 trouxe, além de novas propostas para o *line-up*, um novo local para o evento: o Autódromo de Interlagos, que anualmente recebe o Lollapalooza desde 2013 e, naquele mesmo ano, recebeu a primeira edição do The Town, festival irmão do Rock in Rio em São Paulo⁹. O portal Terra comparou o *line-up* e as estruturas escolhidas para cada edição:

Em 2022, os artistas eram, em sua maioria, novos, despontando. Muitos eram principiantes no quesito Brasil. Desta vez, muitas bandas acumulam décadas de carreira. (...) A programação também está mais concentrada neste ano. Em 2022, a versão paulista do Primavera seguiu a linha do espanhol e trouxe, além dos palcos principais, um de eletrônica e um em auditório – nesse último, era possível acompanhar apresentações intimistas, do jazz de Jonathan Ferr ao improviso de Hermeto Pascoal. Dito “festival para fã de música”, o Primavera usava esses palcos extras para abraçar aqueles que se interessavam pela música em diversos formatos, incluindo o experimental. Seria possível dizer que o festival se retraiu, se o local não fosse significativamente maior: do Distrito Anhembi, o Primavera foi para o Autódromo de Interlagos. (GUERRA, 2023)

A repercussão na imprensa apontou também como as mudanças na escolha do *line-up* para a edição de 2023, que trouxe notáveis diferenças no público de um ano para outro. *A Folha de S. Paulo* destacou:

O evento foi para o Autódromo de Interlagos para crescer em tamanho, mas encolheu o número de atrações e seu poder de servir como uma vitrine do que há de mais incensado na música atual – uma das principais características da marca internacional. Se o Primavera do ano passado ofereceu uma boa amostra da produção contemporânea da música, com gente como Travis Scott, Charli XCX, Lorde, Caroline Polachek e Phoebe Bridgers, entre muitos outros, desta vez se voltou mais a clássicos e velhos conhecidos. Foi assim com The Killers e The Cure, os shows principais de sábado e domingo, nesta ordem. (...) Artistas que decolaram em décadas anteriores, como Bad Religion, Pet Shop Boys, The Hives, Slowdive e Beck inevitavelmente se tornaram os principais chamarizes desta edição. Essas escolhas se refletiram no público. Se no ano passado o festival recebeu jovens descolados e pessoas LGBTQIA+ que acompanhavam a música que tocou no Anhembi, desta vez as plateias pareciam mais velhas e masculinas. Isso não significa, no entanto, que não houve novidades. A cantora pop Carly Rae Jepsen reuniu uma multidão de jovens no domingo, num dos shows mais animados do evento, e

⁸ *Zeitgeist*: termo alemão, introduzido inicialmente pelo escritor Johann Gottfried von Herder, para designar o que seria o “espírito do tempo”: um conjunto de ideias, comportamentos e influências que caracterizam as tendências de uma determinada época (ANDRADE, 2024).

⁹ O festival The Town foi idealizado pelos mesmos criadores do festival Rock in Rio, o maior evento de música em público do Brasil, com a proposta de trazer um evento de mesma magnitude para a cidade de São Paulo. Sua primeira edição aconteceu em setembro de 2023 (BARBOSA, 2024).

o R&B de Kelela fez um grupo menor de fãs fiéis vibrar enquanto Marisa Monte tocava no palco vizinho (...) Mas artistas como esses, que capturam tendências do mundo de agora, foram minoria, e escalados para horários menos nobres. (LEWER, BRÊDA, 2023)

O que pareceu não mudar de 2022 para 2023 foi o foco da experiência do festival na música, também enfatizado pela *Folha de S. Paulo* como uma das principais características do Primavera Sound, que o destacou, mais uma vez, entre outros eventos de música do calendário brasileiro:

O que o Primavera conseguiu manter de sua primeira edição, e que de certa forma é parte do conceito do próprio evento, é o enfoque na música. Com cerca de 50 mil presentes em cada dia, o festival acabou tendo mais ou menos a metade das proporções de The Town e Lollapalooza, que acontecem no mesmo Autódromo. Isso se traduz em um alívio para os olhos se a comparação for o festival irmão do Rock in Rio que estreou em São Paulo neste ano. Ao contrário do The Town, o Primavera tem apenas ações pontuais de marcas e os trajetos e horizonte são bem menos obstruídos por luzes e estruturas publicitárias enormes. O público, então, se ocupa dos shows na maior parte do tempo. É um comportamento, aliás, cada vez menos óbvio nos megafestivais de música que acontecem no Brasil. (...) No fim das contas, a experiência de estar no Primavera é substancialmente mais confortável que a dos concorrentes. (LEWER, BRÊDA, 2023)

O portal *GI* também destacou o formato como parte positiva da identidade do festival, trazendo mais uma comparação com outros eventos que ocorrem no Autódromo de Interlagos:

Com público de 50 mil pessoas por dia (metade da plateia de outros eventos já realizados no Autódromo de Interlagos), o Primavera deixou clara sua proposta: uma estrutura mais enxuta, uma programação mais alternativa e bem menos filas ou perrengues para os fãs. (LORENTZ et al., 2023)

O *Correio Braziliense* reforçou como as mudanças transformaram o festival, mas como a boa estrutura se mantém sólida na identidade do evento:

A primeira edição do Primavera Sound no Brasil, em novembro de 2022, foi um grande sucesso e é lembrada até hoje nas redes sociais pelas atrações inéditas e a boa organização. Isso fez que o festival, desta vez, trouxesse fãs não só dos cantores, mas também do próprio Primavera. (...) Nos próximos anos, é possível que nenhuma outra edição do Primavera Sound no Brasil — ou, sinceramente, de qualquer festival de grande porte — chegue aos pés da estreante, de novembro de 2022. Entretanto, isso não quer dizer que a experiência deste ano tenha sido ruim. Muito pelo contrário, mesmo com um público diferente do ano passado, o evento entregou um line up fora do convencional em um ambiente tranquilo e seguro para se divertir. (MOTA, 2023)

A primeira edição do Primavera Sound São Paulo realmente seguiu sendo lembrada nas redes sociais muito depois de sua estreia. Parte do público passou a se identificar como “viúvas do Primavera 2022”, frustrados com as diferenças no local e no *line-up* na edição de 2023, e já nostálgicos pela primeira edição do festival no Brasil. Ruan (2023) escreveu: “Gays, entendam que nada, absolutamente NADA e nenhum outro festival irá superar a lineup do Primavera Sound 2022, nem mesmo o próprio Primavera, aquilo foi uma experiência de vivência única na vida e dificilmente irá se repetir, é doloroso mas precisamos aceitar e seguir em frente”. Quando

a edição de 2022 completou 1 ano, diversos usuários do X se manifestaram adotando o termo – em 05 de Novembro de 2023, Menino do Nome Estranho (2023) escreveu: “Dia de ler as lamúrias de nós viúvas do Primavera Sound 2022”. E a nostalgia persiste até hoje: Lana del Gay (2024) escreveu em junho de 2024: “nós viúvas do Primavera Sound 2022 sabemos o que é viver a história”.

Aqui, percebe-se que a primeira edição do Primavera Sound no Brasil formou uma espécie de comunidade, e, conseqüentemente, uma identidade compartilhada entre seus frequentadores, que se sentiram acolhidos e contemplados pelas atrações escolhidas para o festival. Conectados por uma experiência em comum e compartilhando narrativas específicas sobre essa vivência, é possível relacionar – dadas as devidas proporções¹⁰ – essa identidade compartilhada com as características que Stuart Hall (2006) estabelece para constituir “comunidades imaginadas”: as memórias do passado (edição do festival em 2022), o desejo por viver em conjunto (reprodução da mesma experiência em novas edições do evento) e a perpetuação da herança (nostalgia pelo evento de 2022 reafirmada ano após ano nas redes sociais).

A nítida empolgação das reações online após a edição de 2022 não esteve tão presente em 2023. Além da nostalgia das “viúvas” de 2022, temas frequentes no X sobre o festival relacionavam-se mais a elogios à estrutura do que ao *line-up*. Roberto Sadovski (2023) escreveu: “Ao contrário do The Town, que era um shopping apinhado de marcas, o Primavera Sound traz uma estrutura que parece privilegiar os shows. E ninguém tá sendo esmagado. Só vi vantagens”. Festivalando (2023) também comparou a estrutura do The Town: “Pensamento do dia: o Primavera colocou 50 mil pessoas confortavelmente no espaço onde o The Town espremeu 100 mil”.

Uma hipótese que pode justificar também menos elogios ao *line-up* no X é o aumento da faixa etária do público do festival, considerando os *headliners* The Cure, Pet Shop Boys e The Killers, que podem representar uma menor faixa de usuários da plataforma. Em pesquisa de 2022, 38% dos usuários da plataforma tinham entre 18 e 29 anos, e 26% entre 30 e 49 anos

¹⁰ Stuart Hall (2006), em *A identidade cultural na pós-modernidade*, identifica nações como “comunidades imaginadas”, apoiando-se na obra de Benedict Anderson. Ele estabelece três conceitos, ressonantes daquilo que constitui uma cultura nacional como uma “comunidade imaginada”: as memórias do passado; o desejo por viver em conjunto; a perpetuação da herança. No presente trabalho, foi feito o paralelo entre a nação e a cultura nacional como a comunidade imaginada e a comunidade constituída entre os membros do público do festival Primavera Sound.

(PEREIRA, 2022). De qualquer modo, as reações online mais expressivas vem da nostalgia pela primeira edição ao invés da celebração da experiência da segunda.

5. Identidades do Primavera Sound São Paulo

A leitura e análise do material de imprensa sobre a repercussão do festival Primavera Sound São Paulo, dos comentários do público nas redes sociais e de entrevista com um membro da produção local orientaram este estudo na busca pela resposta à pergunta central: qual é a identidade do Primavera Sound São Paulo, considerando as perspectivas do público, da imprensa e do mercado (os detentores da marca e a produtora local)? Com o material coletado, foi possível consolidar a identidade da versão brasileira do festival a partir destas três vozes/visões.

Com relação à produção do festival, a marca Primavera Sound – com todo o poder simbólico que carrega – e os esforços das empresas produtoras locais para trazer a sua marca global para o contexto brasileiro, pode-se considerar que a identidade proposta tem o objetivo principal de diferenciar-se de outros formatos que já existem e estão estabelecidos no calendário nacional. A opção por manter públicos reduzidos, mesmo com a mudança da edição de 2023 para um espaço maior, e não apostar em ativações de marca e outras experiências “não musicais” para o festival, indicam uma característica de foco determinado no público apaixonado por música, do qual a produção não está disposta a abrir mão. O *line-up* da primeira edição, com grande diversidade de artistas recentes no cenário global e com forte apelo ao público LGBTQIAP+, apostou em uma identidade abraçada por esse público, mas que foi colocada em xeque na segunda edição ao surgir com um *lineup* consideravelmente mais focado em ampliar o público do festival, com atrações mais populares com outros grupos sociais e faixas-etárias.

Considerando os temas mais frequentes das reações online do público sobre a experiência das duas edições, fica clara a forma como o Primavera Sound foi identificado: um evento de ambiente acolhedor, principalmente em relação à comunidade LGBTQIAP+, e, especificamente em sua primeira edição, com objetivo de trazer ao público brasileiro e *queer* as novidades mais frescas da música global. Isso permitiu que essa audiência compartilhasse uma memória coletiva que os tornou pertencentes a uma comunidade e a narrativas específicas da experiência do evento. Contudo, o sentimento após a segunda edição, em 2023, foi de certa “infidelidade” em relação à maior parte daquele público que havia expressado sua euforia com o evento em 2022, pois o festival voltou ao país com menos “novidades” musicais e menos atrações consumidas por parte da comunidade LGBTQIAP+.

Na imprensa, os comentários sobre ambas as edições reforçam bastante a identificação do Primavera Sound como um modelo de evento acolhedor, de experiência agradável, o que o destaca entre os eventos concorrentes do cenário de festivais do Brasil, principalmente em relação ao Lollapalooza e o Rock in Rio. O foco na música do festival foi destacado nas análises de ambas as edições, tornando-se a principal característica da repercussão jornalística do evento, com comparações frequentes às experiências dos concorrentes e elogios a essa opção da produção do Primavera Sound, independentemente do foco curatorial para as atrações de cada uma das edições realizadas.

6. Cancelamento da edição de 2024

Mesmo com data anunciada após a edição de 2023 e pré-venda de ingressos esgotada¹¹, o público foi surpreendido pelo cancelamento da edição de 2024 do Primavera Sound São Paulo, junto aos outros eventos do Primavera na América Latina (em Buenos Aires, Montevideu e Assunção) que aconteceriam esse ano. Os perfis oficiais do festival, nas redes sociais, compartilharam um comunicado que responsabilizava “dificuldades externas” pelo cancelamento, as quais estariam impedindo a produção de realizar os eventos “com o nível que o público merece”. :

Nas palavras de Alfonso Lanza, diretor do Primavera Sound: “Esta é sem dúvida uma decisão difícil, tomada depois de muitos meses de trabalho e depois de percorrer vários caminhos para poder executar estes eventos com garantias, especialmente na situação atual dos desafios da indústria musical. Uma vez esgotadas todas as possibilidades, temos que ser prudentes e agora colocar toda a nossa energia em planos futuros.” E acrescenta: “Queremos agradecer aos nossos parceiros locais pela dedicação e esforço, que demonstraram o seu inestimável apoio a um projeto em que continuamos a acreditar pelo seu valor cultural e pela expansão de rotas musicais na América Latina, algo que consideramos positivo para todas as partes envolvidas no processo, desde fãs até artistas. É claro que nosso trabalho não termina aqui. Nem os nossos laços com a América Latina, onde nos sentimos acolhidos desde o primeiro segundo por uma comunidade entusiasta e amorosa que abraçou este modelo de festival como seu. Com a convicção e a esperança de que o Primavera Sound volte mais forte para a América Latina, já estamos olhando para o futuro para que isso aconteça o mais rápido possível.”. (CRUZ, 2024)

¹¹ O Primavera Sound anunciou a data da edição de 2024 logo após o término da edição de 2023, em 3 de dezembro de 2023, e a pré-venda de ingressos, chamados de “early bird”, esgotou três dias depois, em 6 de dezembro (VILELA, 2024).

Analisando materiais de imprensa sobre o contexto em 2024 do mercado de eventos ao vivo no Brasil, percebe-se uma sensação geral bem diferente daquela da estreia do Primavera Sound São Paulo em 2022, em que prevalece principalmente a cautela em relação a grandes eventos musicais - mesmo diante de um calendário repleto de shows e festivais. A indústria do entretenimento ao vivo enfrenta um momento em que até mesmo artistas renomados não conseguem garantir a venda de ingressos e a lotação de estádios, resultando em uma onda de cancelamentos e readequações de turnês e festivais. Com uma oferta excessiva de eventos, os principais fatores responsáveis pela onda de cancelamentos são o aumento dos custos operacionais e as limitações do poder aquisitivo da população brasileira.

Segundo artigo da UBC (União Brasileira de Compositores), após a pandemia de Covid-19, o setor de entretenimento demonstrou um entusiasmo da retomada dos eventos, com uma recuperação que se materializou em 2023 por meio do registro de 298 festivais de música, um crescimento de 138% em relação ao ano anterior (PANDELÓ, 2024). No entanto, esse otimismo gradualmente cedeu lugar à insegurança financeira: um levantamento realizado pelo *site* Mapa dos Festivais indicou que, até maio de 2024, 18 eventos haviam alterado suas datas, com oito cancelamentos, nove adiamentos e um cancelamento parcial. Exemplos notáveis incluem os cancelamentos dos festivais Doce Maravilha (PR), Africa Express (SP), Límbico Festival (SP) e XXXPERIENCE (SP). Há ainda festivais que não anunciaram suas datas para 2024, como o Breve (MG) e o MITA (SP e RJ). O fenômeno de cancelamento de turnês não se restringe apenas a festivais, mas também se estende a artistas de público massivo, como Ivete Sangalo e Ludmilla, cujas turnês, que seriam administradas pela produtora 30e, foram canceladas por questões relacionadas à demanda por ingressos e tentativas falhas de readequação de estrutura (FERREIRA, 2024).

A realidade atual, marcada por cancelamentos e insegurança, revela um mercado que, embora tenha experimentado um período de crescimento, enfrenta desafios substanciais para sua sustentabilidade e a recuperação da confiança dos consumidores e das empresas envolvidas. De acordo com Léo Feijó, Diretor da Escola Música & Negócios e entrevistado no artigo da UBC, “custos crescentes na realização dos eventos e o alto custo de vida no Brasil talvez estejam entre as razões que afetam a estratégia de shows em estádios ou espaços de grande porte e os festivais” (PANDELÓ, 2024).

7. Considerações finais

Analisando o Primavera Sound São Paulo e as diferenças observadas pela imprensa e pelo público entre as edições de 2022 e 2023, assim como o cancelamento da edição de 2024, que alega a “situação atual dos desafios da indústria musical” – tudo indica que, apesar da empolgação evidenciada pelo público que compareceu à edição de 2022, o retorno financeiro do festival, que conseguiu agradar àquele público específico, pode não ter sido suficiente para garantir sua continuidade no Brasil.

A possível tentativa de ampliar o público do evento por meio de mudanças no *line-up* e na estrutura, em 2023, pode ter comprometido a identidade que havia sido construída e acolhida em 2022. Ao tentar atingir uma nova audiência para o evento com as transformações do *line-up* e do espaço, a identidade construída e abraçada por quem foi na primeira edição acabou sendo colocada em risco: perdeu a fidelidade daqueles que se empolgaram inicialmente, em 2022, e não foi apelativa o suficiente para um novo público, possivelmente mais rentável.

Por fim, o caso do Primavera Sound São Paulo permite a compreensão das etapas de moldar uma identidade de evento global a um contexto local, e como o mercado pode desafiar a manutenção dessa identidade. O cancelamento da edição de 2024 pode ser um reflexo de como os desafios de um mercado inflado de festivais talvez tenham colocado em risco a lealdade do público ao evento, mesmo com a força do poder simbólico que a marca Primavera Sound carrega. Entretanto, as memórias coletivas compartilhadas pelo público que ainda rememora a experiência da primeira edição pode ser um grande trunfo quando chegar o momento de uma nova tentativa de trazê-lo ao Brasil. Resta torcer para que a comunidade das “viúvas do Primavera 2022” ainda possa viver uma experiência parecida com a da estreia do festival.

Referências Bibliográficas

ACN BARCELONA. Primavera Sound 2023 tickets go on sale. **Catalan News**, 1 jul. 2022. Disponível em: <https://www.catalannews.com/culture/item/primavera-sound-2023-tickets-go-on-sale>. Acesso em: 01 out. 2024.

ALVES, Mariana. Primavera Sound São Paulo anuncia novidades a menos de 1 mês do festival. **Tracklist**, 09 nov. 2023. Disponível em: <https://tracklist.com.br/primavera-sound-sao-paulo-2/170234>. Acesso em: 04 out. 2024.

ANDRADE, Rogério. Zeitgeist: decifrando o espírito do tempo. **Exame**, 20 mar. 2024. Disponível em:

<https://exame.com/lideres-extraordinarios/lifestyle/zeitgeist-decifrando-o-espírito-do-tempo/>.

Acesso em: 7 out. 2024.

ANTUNES, Pedro. Entrevista concedida a Rafael Teixeira. **Tenho Mais Discos que Amigos**, 04 jul. 2022. Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2022/07/04/curador-primavera-sound-line-up-nacional/>. Acesso em: 04 out. 2024.

BARBOSA, Maria Eloisa. The Town 2025: 5 coisas que já sabemos sobre o festival. **Alpha FM**, 24 set. 2024. Disponível em: <https://alphafm.com.br/destaque/the-town-2025-5-coisas-que-ja-sabemos-sobre-o-festival/>. Acesso em: 19 out. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BRÊDA, Lucas. Primavera Sound estreia em São Paulo como uma opção indie entre os megafestivais. **Acessa**, 3 nov. 2022. Disponível em: <https://www.acesa.com/cultura/2022/11/107211-primavera-sound-estreia-em-sao-paulo-como-uma-opcao-indie-entre-os-megafestivais.html>. Acesso em: 19 out. 2024.

BRITO, Priscila. Primavera a la Ciutat: o que é e como funciona o festival dentro do festival. **Festivalando**, 16 jun. 2022. Disponível em: <https://festivalando.com.br/primavera-a-la-ciutat/>. Acesso em: 09 out. 2024.

CAPUANO, Amanda. Primavera Sound: os erros e acertos da 1ª edição brasileira do festival. **Veja**, 7 nov. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/o-som-e-a-furia/primavera-sound-os-erros-e-acertos-da-1a-edicao-brasileira-do-festival>. Acesso em: 03 out. 2024.

COLLINS Dictionary. Venue. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english-portuguese/venue>. Acesso em: 8 nov. 2024.

COSSLETT, Rhiannon Lucy. "Gen Z are bringing back 'indie sleaze', and I suddenly feel ancient". **The Guardian**, Londres, 26 jan. 2022. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/jan/26/gen-z-indie-sleaze-camden>. Acesso em: 22 ago. 2024.

CRUZ, Felipe Branco. O motivo do cancelamento do Primavera Sound no Brasil em 2024. **Veja**, 30 ago. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/o-som-e-a-furia/o-motivo-do-cancelamento-do-primavera-sound-no-brasil-em-2024>. Acesso em: 23 out. 2024.

DIAS, Caio. Entrevista I. [Outubro. 2024]. Entrevistador: Marília Dutra. São Paulo, 2024 4 arquivos .mp3 (12 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A deste trabalho.

DICIONÁRIO Priberam da Língua Portuguesa. Mainstream. [em linha], 2008-2024. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/mainstream>. Acesso em: 09 out. 2024.

FARIA FILHO, Fausto de Melo; OLIVEIRA, Rafael Alves; RODRIGUES, Érick Luiz de Paulo. **LGBTQIA+: um guia educativo**. 1. ed. ampl. Ceres, GO: IF Goiano, 2022. 93 p., il.: color. Disponível em: <https://informatica.ifgoiano.edu.br/ifemmovimento/wp-content/uploads/2022/06/LGBTQIAP-Um-guia-educativo-Final.pdf>. Acesso em: 16 out. 2024.

FERREIRA, Mauro. Cancelamentos súbitos e simultâneos das turnês de Ivete Sangalo e Ludmilla sinalizam que há algo fora da ordem. **G1**, 15 mai. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2024/05/15/cancelamentos-subito-s-e-simultaneos-das-turnes-de-ivete-sangalo-e-ludmilla-sinalizam-que-ha-algo-fora-da-ordem.ghtml>. Acesso em: 23 out. 2024.

FESTIVAL Primavera Sound anuncia DJ KL Jay, MC Carol e DJ Gabriel do Borel. **Folha de S.Paulo**, 27 out. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/10/festival-primavera-sound-anuncia-dj-kl-jay-mc-carol-e-dj-gabriel-do-borel.shtml>. Acesso em: 04 out. 2024.

FREITAS, Paulo. Twitter morre, mas passa bem: rede social agora se chama X e muda identidade visual. **Tecnoblog**, 24 jul. 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/twitter-morre-mas-passa-bem-rede-social-agora-se-chama-x-e-muda-identidade-visual/>. Acesso em: 23 out. 2024.

GUERRA, Dora. Primavera Sound aumenta espaço e faixa etária, na mão de empresa criticada por turnê de Taylor Swift. **Terra**, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/primavera-sound-aumenta-espaco-e-faixa-etaria-na->

mao-de-empresa-criticada-por-turne-de-taylor-swift,aa6bd547b1a66489b8b709f88efdebff5nzy64tf.html?utm_source=clipboard> Acesso em 28 de maio de 2024.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LEWER, Laura; BRÊDA, Lucas. Primavera Sound troca roda-gigante por música e faz boa estreia em SP. **Folha de S.Paulo**, 7 nov. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/11/primavera-sound-troca-roda-gigante-por-musica-e-faz-boa-estreia-em-sp.shtml>. Acesso em: 03 out. 2024.

LEWER, Laura; BRÊDA, Lucas. Primavera Sound muda de casa e envelhece, mas segue com foco na música. **Folha de S.Paulo**, 12 dez. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/12/primavera-sound-muda-de-casa-e-envelhece-mas-segue-com-foco-na-musica.shtml>. Acesso em: 19 out. 2024.

LORENTZ, Braulio; PRADO, Carol; SOTO, Cesar; MORETTI, Juliene; LOURENÇO, Marina. Do pior ao melhor, o top 10 de shows do Primavera Sound 2023... Veja os destaques e as decepções. **G1**, 04 dez. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/primavera-sound/2023/noticia/2023/12/04/do-pior-ao-melhor-o-top-10-de-shows-do-primavera-sound-2023-veja-os-destaques-e-as-decepcoes.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2024.

LINGUEE. Tradução de *slots*. Disponível em: https://www.linguee.com.br/ingles-portugues/traducao/slots.html#:~:text=time%20slots%20pl%20%E2%80%94%20*%20faixas%20hor%C3%A1rias,f.%20*%20faixas%20de%20hor%C3%A1rio%20pl%20f. Acesso em: 11 out. 2024.

MEDEIROS, Kavad. “Future Nostalgia”, de Dua Lipa, alcança Top 10 histórico no Spotify. **Portal Popline**, 21 fev. 2022. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/future-nostalgia-dua-lipa-top-10-historico-spotify/>. Acesso em: 19 out. 2024.

MOTA, Caetano. Primavera Sound aposta na nostalgia em segunda edição no Brasil. **Correio Braziliense**, 04 dez. 2023. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2023/12/6664818-primavera-sound-aposta-na-nostalgia-em-segunda-edicao-no-brasil.html>. Acesso em: 19 out. 2024.

MULTISHOW. O retorno dos festivais: o que esperar para 2022 após quase dois anos de isolamento social? **O Globo**, 12 maio de 2022. Disponível em: <https://gente.globo.com/o-retorno-dos-festivais/>. Acesso em: 01 out. 2024.

NETO, Wesley. Sucesso internacional e chegada à América Latina: o que é o Primavera Sound. **Splash UOL**, 26 out. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/10/26/o-que-e-o-primavera-sound.htm>. Acesso em: 03 out. 2024.

FESTIVAIS no Brasil em 2024: veja lista com principais eventos de música confirmados no país neste segundo semestre. **O Globo**, Rio de Janeiro, 4 jun. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/06/04/festivais-no-brasil-em-2024-veja-lista-com-principais-eventos-de-musica-confirmados-no-pais-neste-segundo-semester.ghtml>. Acesso em: 10 ago. 2024.

OMENA, Mateus. Brasil provou ter relevância mundial no mercado de shows, diz CEO da Eventim. **Exame**, 24 mar. 2024. Disponível em: <https://exame.com/pop/brasil-provou-ter-relevancia-mundial-no-mercado-de-shows-diz-ceo-da-eventim/>. Acesso em: 13 set. 2024.

PANDELÓ, Nathália. O que está por trás dos cancelamentos de tantos festivais e turnês. **UBC**, 10 jun. 2024. Disponível em: <https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticia/22619/o-que-esta-por-tras-dos-cancelamentos-de-tantos-festivais-e-turnes>. Acesso em: 23 out. 2024.

PEREIRA, Raquel. Estatísticas do Twitter no Brasil. **Agência Mestre**, 24 mar. 2022. Disponível em: <https://www.agenciamestre.com/redes-sociais/estatisticas-twitter-brasil/>. Acesso em: 19 out. 2024.

PRADO, Carol. Cansei de ser sexy faz show ovulando no Primavera Sound e mantém espírito despretensioso, sem soar forçado. **G1**, 02 dez. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/primavera-sound/2023/noticia/2023/12/02/cansei-de-ser-sexy-faz-show-ovulando-no-primavera-sound-e-mantem-espírito-despretensioso-sem-soar-forcado.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2024.

PRADO, Pedro Benjamin. Festival Primavera Sound fecha contrato de dez anos no Brasil. **Terra**, 9 dez. 2022. Disponível em:

<https://www.terra.com.br/diversao/musica/festival-primavera-sound-fecha-contrato-de-dez-anos-no-brasil,bfa24fb422dc89dd23399015fab24150150w304f.html>. Acesso em: 21 ago. 2024.

PRIMAVERA Sound: Quem é a DJ venezuelana que deu rolê com fãs na Paulista?
Splash UOL, 6 nov. 2022. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/11/06/arca.htm>. Acesso em: 19 out. 2024.

PRIMAVERA SOUND. About Us. Disponível em:
<https://www.primaverasound.com/pt/home/about>. Acesso em: 9 out. 2024.

REIS, Yolanda. Boa música, filas eternas e árvores: erros e acertos do Primavera Sound.
Splash UOL, 7 nov. 2022. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2022/11/07/primavera-sound-erros-e-acertos-da-primeira-edicao-brasileira-do-festival.htm>. Acesso em: 03 out. 2024.

SETTI, Rennan. Time For Fun perde Lollapalooza para dona do Rock in Rio, e ações têm maior tombo na Bolsa em mais de 2 anos. **O Globo**, 30 mar. 2023. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/blogs/capital/post/2023/03/time-for-fun-perde-lollapalooza-para-dona-do-rock-in-rio-e-acoes-tem-maior-tombo-na-bolsa-em-mais-de-2-anos.ghtml>. Acesso em: 13 set. 2024.

STEVANATTO, Luiza. ‘Estamos tranquilos com a T4F’, diz diretor de comunicação do Primavera. **Splash UOL**, 28 nov. 2023. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/11/28/joan-pons.htm?>. Acesso em: 04 out. 2024.

VILELA, Luiza. Fim do Primavera Sound: festival não terá edição no Brasil em 2024; entenda. **Exame**, 30 ago. 2024. Disponível em:
<https://exame.com/pop/fim-do-primavera-sound-festival-nao-tera-edicao-no-brasil-em-2024-entenda/>. Acesso em: 23 out. 2024.

Citações usuários plataforma X

ANDALITE BANDIT. @mic_oliver. não mas isso aqui kkkkk foco na música água de graça poucas filas o palco elo hit com arquibancada primavera vai fazer outros festivais terem que ralar muito. **X**, 8 nov. 2022. Disponível em:
https://x.com/mic_oliver/status/1590101160241008640. Acesso em: 16 out. 2024.

CINAMORROLL DE OLIVEIRA. @misatinho. A estrutura em si do primavera foi muito boa viu teve umas coisas q deixaram a desejar como a volta q foi horrível e longe do portão principal e tbm o fato de terminar MUITO tarde porém o resto do evento foi muito bom palco elo e palco primavera simplesmente os melhores!!! X, 7 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/misatinho/status/1589741565333090305>. Acesso em: 2 nov. 2024.

CLARA. @clarappe. críticas primavera sound: achei que foram muitos artistas bons, da próxima vez gostaria de um line up um pouquinho pior pra poder descansar um minuto. X, 7 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/clarappe/status/1589511583578828800>. Acesso em: 19 out. 2024.

CLARA. @clarappe. O ano é 2052 eu estou contando aos meus netos que fui a algum show no festival primavera sound são paulo. X, 16 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/clarappe/status/1592932382197571584>. Acesso em: 19 out. 2024.

ESCRIBA. Se o Primavera Sound se solidificar como um festival anual, nunca mais piso os pés no Lollapalooza. X (@gobackto505), 07 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/gobackto505/status/1589501841406324737>. Acesso em: 19 out. 2024.

JOJO. @jojomarrua. Não quero tirar minha pulseira do primavera não quero que esse festival acabe, agora mesmo indo pro Anhembi pra ficar sozinho no palco ELO lembrando do show da Arca. X, 7 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/jojomarrua/status/1589721500189196288>. Acesso em: 19 out. 2024.

FESTIVALANDO. Pensamento do dia: o Primavera colocou 50 mil pessoas confortavelmente no espaço onde o The Town espremeu 100 mil. X (@festivalando), 03 dez. 2023. Disponível em: <https://x.com/festivalando/status/1731305212210450577>. Acesso em: 19 out. 2024.

GUILHERME. @gorelherme. muito feliz e impressionado com o line do primavera, finalmente... X, 27 abr. 2022. Disponível em: <https://twitter.com/gorelherme/status/1519325163427338240>. Acesso em: 16 out. 2024.

GUILHERME. não paro de pensar no Primavera, foi insano o quanto eles acertaram no line-up, na estrutura, horário dos shows... foi o Woodstock dos gays da TL. X (@Ggorelherme), 09 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/gorelherme/status/1590390174793740288>. Acesso em: 16 out. 2024.

LANA DEL GAY. nós viúvas do Primavera Sound 2022 sabemos o que é viver a história. X (@luketeBolete), 06 jun. 2024. Disponível em: https://x.com/lukete_bolete/status/1798565002821210485. Acesso em: 19 out. 2024.

MENINO DO NOME ESTRANHO. Dia de ler as lamúrias de nós viúvas do Primavera Sound 2022. X (@otemperoturco), 05 nov. 2023. Disponível em: <https://x.com/temperoturco/status/1721207681644458447>. Acesso em: 19 out. 2024.

MUNDINHO PINKPANTHERESS. @rodrigomsms. Acho que a comunidade lgbtqi+ nunca venceu tanto com esse lineup do primavera sound, simplesmente arca & bjork & Jessie ware & ravenaaa & phoebe brigders & Caroline & shygirl como pode um lineup ser gay. X, 5 nov. 2022. Disponível em: <https://x.com/rodrigomsms/status/1588901698931945472>. Acesso em: 16 out. 2024.

RUAN. Gays, entendam que nada, absolutamente NADA e nenhum outro festival irá superar a lineup do Primavera Sound 2022, nem mesmo o próprio Primavera, aquilo foi uma experiência de vivência única na vida e dificilmente irá se repetir, é doloroso mas precisamos aceitar e seguir em frente. X (@homeusexua), 20 jul. 2023. Disponível em: <https://x.com/homeusexua/status/1849531206075023646>. Acesso em: 19 out. 2024.

SADOVSKI, Roberto. Ao contrário do The Town, que era um shopping apinhado de marcas, o Primavera Sound traz uma estrutura que parece privilegiar os shows. E ninguém tá sendo esmagado. Só vi vantagens. X (@rsadovski), 03 dez. 2023. Disponível em: <https://x.com/rsadovski/status/1731453396106809590>. Acesso em: 19 out. 2024.

Apêndice A - Entrevista

Realizada em 01 de Outubro de 2024, gravada em áudio e transcrita.

Entrevistado: Caio Dias (identificado como C.D.)

Entrevistadora: Marilia Theotônio Dutra (identificada como M.D.)

Arquivo 1 - 3min3seg

M.D.: Quais são as principais etapas do processo de importação de um modelo de evento internacional para o Brasil, no caso de festivais como o Lollapalooza e o Primavera Sound?

C.D.: Eu acho que são três principais etapas, assim, né? Considerando que no Brasil você já tem muitos festivais, sejam de marcas importadas ou não, mas o calendário é bem ocupado, né?

Então, acho que a primeira etapa é um estudo de mercado, estudo de calendário, né, para ver o que tem, o que é parecido com o que você quer trazer, né, quais são os desafios, qual a melhor época do ano, tem potencial, tem potencial de bilheteria, potencial de patrocínio, em qual local você vai fazer. Então, meio que fazer esse pré-exercício de quais são todas as possibilidades e o que tem de potencial no projeto, considerando o que o mercado já tem, né?

Eu acho que tem uma parte, dentro dessa etapa, também tem uma parte de pesquisa, né? Entender se tem espaço ainda. Seu público quer... Essa primeira etapa é bem importante porque, às vezes, a ideia já cai. Aí, né, sei lá, “quero trazer uma marca de um festival eletrônico”, mas já tem três, quatro acontecendo ao longo do ano, não tem espaço próximo... ou “ah, quero fazer um festival de indie rock”, ou de um festival multigênero, né? Sei lá, você vai competir com Lolla, com The Town, com Primavera... Então, essa primeira etapa é nesse sentido: fazer um estudo de mercado bem aprofundado para ver se tem espaço e qual o potencial.

A segunda etapa eu acho que é a negociação em si, né? Todas essas marcas, você tem que fazer uma negociação com os detentores. E aí, nessa negociação, é definido o modelo de negócios: se é uma sociedade, se é só um licenciamento da marca. Então, nessa etapa, você define as premissas do negócio, como que esse contrato vai ser estruturado, e fecha esse modelo.

E aí, a última etapa, eu acho que é o planejamento da execução mesmo. Então, a reserva dos lugares, início de negociação com bandas, todo esse planejamento antes de lançar, que acontece, aí, no mínimo, um ano antes da realização do festival. Então, 1) é o estudo de mercado, 2) é a negociação com o detentor da marca e definição do modelo de negócio, e 3) a execução do projeto em si.

Arquivo 2 - 2min37seg

M.D.: Existe algum tipo de negociação pré-determinada para os line-ups das edições internacionais desses festivais, que estabeleça a presença de determinadas atrações em todas edições ou cada *line-up* é negociado de forma independente pela produção local?

C.D.: Com relação ao line-up, não existe nenhuma negociação ou nome predeterminado. O que acontece é que o processo de *booking* — que é esse processo de você contratar as bandas e os artistas — ele é sempre feito a muitas mãos, né? Então, geralmente, esses festivais estão incorporados em mais de uma edição. Você vê que quase sempre tem a edição do festival no Brasil, outra no Chile, outra na Argentina, e eles acontecem dentro da mesma janela porque é o

jeito de você aumentar sua chance de conseguir esses artistas, né? Porque são no mínimo três shows, é uma viagem que vale a pena. Então, começa a ficar interessante para os artistas.

Assim, não tem nada para determinar, até porque esse processo de *booking* é coletivo. Objetivo, né? Então, geralmente, são decisões de comum acordo entre o detentor da marca, que geralmente é quem lidera o processo de *booking*. São eles, né, que junto com os produtores vão determinar as prioridades, as ofertas, o *budget* do festival como um todo. E os promotores locais, que são as empresas que estão realizando em cada mercado, geralmente têm mais independência com relação aos artistas locais, né? Porque, como sócio, o internacional não tem conhecimento do mercado local. Aí, cada produtora local acaba indicando os artistas nacionais e construindo, meio que de forma independente. Acho que, nesse modelo dessas marcas importadas, geralmente também os *line-ups* são espelhados entre todos os países, principalmente os *headliners*. Os nomes principais do *line-up* são parecidos, pois é uma única negociação. Deixa eu ver se esqueci alguma coisa... é isso.

Arquivo 3 - 1min31seg

C.D.: E só um complemento dessa pergunta, só com relação à presença de determinados artistas em todas as edições: na verdade, é o jeito que é sustentável e que aumenta as chances, entendeu? Então, sei lá, se você manda só o Brasil para a Olivia Rodrigo, você está criando um problema para a Olivia Rodrigo e para o Chile e para a Argentina, que também têm o Lollapalooza, porque eles vão ter que ir atrás de um outro *headliner*. Para ela, talvez não compense vir só para o Brasil. Então, eu acho que, nesse sentido, é o que determina a presença dessas atrações em todas as edições desses festivais importados. Na verdade, o mercado em si, né, é bom e é benéfico para todo mundo porque é o jeito que todo mundo consegue viabilizar o negócio. Você tem várias datas na mesma janela, cachês parecidos, então fica muito interessante para o artista, para cada promotor local e para o sócio. Você resolve o festival nos três países. É isso.

Arquivo 4 - 4min45seg

M.D.: Quais são os principais desafios na adaptação do *line-up* de um modelo internacional em relação às atrações locais que fazem parte dele?

C.D.: Eu acho que sempre tem alguns desafios nessa parte do *booking* –, mas a verdade é que, se a gente for pensar em todos os potenciais *headliners* e *co-headliners*, que são as atrações principais dos eventos, que existem em turnê – porque quando a gente começa esse processo, a gente vai passando num funil: de quem está disponível, a qual preço, em qual época do ano.

Então, são muitas variáveis para você conseguir fechar o *line-up*. No final das contas, eu acho que, nesse nível de atração dos *headliners* e *co-headliners*, a gente não tem muitas adaptações.

O que eu acho que tem de desafio é mais algumas diferenças culturais, né? Às vezes, uma banda que é gigante no Primavera da Espanha ou gigante no Lollapalooza de Chicago não vai funcionar no Brasil. Ou ainda, algo que é gigante no Brasil não vai funcionar na Argentina. Então, acho que um principal desafio é esse alinhamento cultural, porque cada país tem seu público e cada público tem sua forma de consumir música, os artistas favoritos. Então, acho que o primeiro grande desafio é esse contexto cultural e como cada artista é percebido em cada mercado diferente.

Com relação às atrações locais, o desafio é quase sempre de disponibilidade. Os artistas brasileiros têm um circuito de festivais gigante, então tem um desafio de alinhar agendas, principalmente em relação ao *blackout* — período que o artista não pode fazer shows na cidade antes e depois do festival. A ideia é que o artista local contribua também para o sucesso do projeto, então esse *blackout* precisa existir.

Outro ponto é a busca por *slots* melhores. Antigamente, a participação de artistas locais em festivais era muito limitada a *slots* de abertura, mas hoje existe mais espaço para fazer adaptações nesse sentido e ter artistas nacionais em horários muito bons de público.

Tem o desafio também da inovação. Temos muitos artistas e muitos festivais, mas, dadas todas essas variáveis, muitas vezes você se vê diante da situação de repetir nomes que estiveram em festivais muito recentemente ou que estão fazendo shows na cidade. Por isso, a gente vê muitas vezes shows especiais, comemorativos, com convidados, que criam diferenciais no *line-up*.