



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE HUMANIDADES  
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

PARA PODEREMBOLAR: O MERCADO E AS IDENTIDADES NO  
UNIVERSO DA MÚSICA “INDEPENDENTE” PARAIBANA

Giancarlo da Silva Galdino

Orientador: Dr. Anderson Moebus Retondar

CAMPINA GRANDE – PB

2010

Dr.  
30/1/13  
GMAP

UFCG

BIBLIOTECA

GIANCARLO DA SILVA GALDINO

**PARA PODEREMBOLAR: O MERCADO E AS IDENTIDADES NO  
UNIVERSO DA MÚSICA “INDEPENDENTE” PARAIBANA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Orientador: Dr. Anderson Moebus Retondar

CAMPINA GRANDE – PB  
2010



G149p Galdino, Giancarlo da Silva  
Para poderembolar : o mercado e as identidades no universo da musica "independente" paraibana / Giancarlo da Silva Galdino. - Campina Grande, 2010.  
105 f. : il.

Dissertacao (Mestrado em Ciencias Sociais) - Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.

1. Sociologia da Cultura 2. Globalizacao - 3. Identidades 4. Dissertacao I. Retondar, Anderson Moebus, Dr. II. Universidade Federal de Campina Grande - Campina Grande (PB) III. Título

CDU 316.7(043)

GIANCARLO DA SILVA GALDINO

**PARA PODEREMBOLAR: O MERCADO E AS IDENTIDADES NO  
UNIVERSO DA MÚSICA “INDEPENDENTE” PARAIBANA**

Dissertação apresentada em 27/08/2010.

BANCA EXAMINADORA



---

Prof. Dr. Anderson Moebus Retondar (UFCG/CH/PPGCS - Orientador)



---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Maria Eduarda Rocha (UFPE/PPGS – Ex<sup>a</sup>. Externa)

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Marinalva Vilar de (UFCG/CH/PPGCS – Ex<sup>a</sup>. Interna)

CAMPINA GRANDE – PB  
2010

Aos meus pais,  
Solange e Afonso

## Agradecimentos

Gostaria de agradecer em primeiro lugar ao amigo e orientador Anderson Retondar, que apostou no tema da pesquisa e foi fundamental durante todo o processo, trazendo a atenção, experiência e orientação necessária para a elaboração da dissertação.

Aos meus pais, Solange e Afonso, que dedicaram muito de suas vidas para que eu tivesse acesso a uma boa educação, além do carinho e do apoio, fundamentais na etapa final do mestrado.

À amiga, companheira e cúmplice Jaqueline Michelle, por ter paciência e estar disposta a ouvir e confortar nas situações mais difíceis, compartilhando também dos momentos felizes ao longo de quase 10 anos.

Ao grupo Marxuipano, que serviu de laboratório para muitas reflexões. David, Katisúcia, Tone, Whinston, Alexandre, Danilo, Lenni, obrigado pelas boas recordações.

Ao amigo Professor Luis Henrique, pelas discussões desinteressadas (porém, muito produtivas) sobre a vida e o mundo e pelo apoio.

Ao monge Rui Ikko do centro zen budista Shikantaza, pelos ensinamentos e companheirismo.

À monja Luciana Reikko, pelos ensinamentos de Reiki, fundamentais para o meu bem-estar durante o mestrado.

Aos amigos Arthur Pessoa, Orlando Freitas, Toninho Borbo, Esmeraldo e todos aqueles que fazem a música “independente” na Paraíba. Sem o apoio e colaboração de todos, esta pesquisa não seria possível.

Às professoras Marinalva Vilar de Lima e Maria Eduarda da Mota Rocha pelas críticas e contribuições na banca de qualificação, das quais tentei, dentro de minhas limitações, incorporá-las na dissertação.

Aos professores do Programa de pós-graduação em ciências sociais da UFCG, que me acolheram e contribuíram efetivamente para a minha formação.

Ao secretário do PPGCS, Rinaldo, pela atenção e disponibilidade durante todo o mestrado.

À amiga Luciana Loureiro, pelas transcrições e curiosidades, sempre me questionando sobre a pesquisa.

A todos os entrevistados e “parceiros de pesquisa” que me acompanharam durante estes dois anos em bares, shows e festivais.

Por fim, agradeço o apoio institucional e financeiro do Conselho Nacional de Pesquisa, CNPq. As contribuições foram pontuais e de suma importância para a elaboração e conclusão da dissertação.

## RESUMO

Este trabalho analisa a formação de um nicho do mercado paraibano de música, conhecido como “independente”, “alternativo”, “regional” dentre outras denominações. Marcado pela incorporação de transformações culturais e econômicas que vem ocorrendo no cenário da música mundial, como a descentralização dos pólos produtivos de música e seus mecanismos de distribuição e a elaboração de redes associativas e instituições. O mercado “independente” se apresenta como um campo de bens culturais onde a música mistura aspectos locais da cultura nordestina com elementos da música mundializada, como o *rock* e a música eletrônica. Tanto os seus produtores quanto os seus consumidores relatam que este tipo de música está desvinculado dos grandes agentes reprodutores da cultura de massa, como as grandes mídias, as grandes gravadoras e outros espaços considerados por eles como “massivos”. Estes agentes parecem elaborar um significado sobre o que é “Indústria Cultural” e quais as suas regras para, a partir dela, estabelecer - em oposição a este mesmo significado - uma noção de “independente”: categoria usada como estratégia simbólica e econômica nos processos de identificação social do universo da música paraibana.

## ABSTRACT

This paper analyzes the formation of a niche Paraíba music, known as "independent," alternative ", " regional "among other names. Marked by the incorporation of cultural and economic transformations that have occurred in the setting of world music, such as decentralization of productive centers of music and its distribution mechanisms, the market for "independent" presents itself as a cultural field where the music blend aspects Local northeastern culture with elements of globalized music, like rock and electronic music. Both the producers about their consumers report that this type of music is unbound major players agents of mass culture, such as big media, the major labels and other areas regarded by them as "massive." These agents appear to produce a meaning about what is "cultural industry" and what its rules to, from her set - as opposed to this meaning - a notion of "independent": category used as a strategy symbolic and economic processes identification of the social universe of music from Paraíba.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
CAPÍTULO 1	
APRESENTAÇÃO DAS QUESTÕES TEÓRICAS CENTRAIS DA PESQUISA	
<i>Na superfície do universo “independente” paraibano .....</i>	14
<i>Industrialização e mundialização da música:</i>	
<i>identidades massificadas ou fragmentadas? .....</i>	19
<i>Estratégias para entrar e sair da modernidade? .....</i>	32
CAPITULO 2	
DOS PRODUTORES	
<i>Um contexto socialmente estruturado .....</i>	39
<i>O “dentro” e o “fora” .....</i>	43
<i>Vivendo de jornais: a necessidade de produção simbólica.....</i>	49
<i>Banda é igual a casamento?.....</i>	61
<i>Produzindo um “baile moderno” .....</i>	74
<i>Os Festivais .....</i>	82
CAPÍTULO 3	
IDENTIDADES “INDEPENDENTES” OU INTERDEPENDENTES?.....	87
<i>Soltos no Ar .....</i>	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	103



## Introdução

No cerne do debate sobre os processos de identidade, a música se tornou um tema atraente para as pesquisas, pois os seus processos de produção, circulação e consumo são elementos de comunicação entre grupos, e, por conseguinte, a música está freqüentemente envolvida com mecanismos de identificação social e estilos de vida. De acordo com Mendonça (2007:2) “estes fatores também colaboram para que a música seja parte constitutiva dos cenários e paisagens sociais, estando presente em todos os ambientes, sobretudo o meio urbano”.

Em meados dos anos 1990, vários grupos musicais surgiram na Paraíba com a característica de rearticular elementos da tradição nordestina e da sua diversidade musical - como o côco-de-roda, o maracatu e o forró - com tendências estéticas globais, dispostas no mercado mundial de bens simbólicos, como o *rock'n roll*, o *jazz* e a música eletrônica entre outros. Estes grupos parecem ter participado da reconfiguração de um universo simbólico que já havia no estado, definido geralmente por seus agentes - tanto os produtores de música quanto os seus consumidores - como “cena da música independente”. Dois destes grupos alcançaram um valioso reconhecimento tanto no país quanto no exterior e ainda hoje parece ter um grau elevado de legitimação neste universo: o Cabruêra, de Campina Grande e o Chico Correa e Eletronic Band, da capital João Pessoa.

No âmbito da produção desta musicalidade paraibana contemporânea, os grupos utilizam elementos musicais de um *Nordeste* gestado como o espaço da saudade dos tempos de glória, do sertão e do sertanejo puro e natural, força telúrica da região<sup>1</sup> e os misturam com formas musicais globalizadas, como o *rock*, o *Hip Hop*, o *Funk*, o *Reggae* e a música eletrônica. Enquanto o côco-de-roda se combina com a batida *funk* dos anos 70, o baião ganha uma versão “*Lo-fi*”<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Albuquerque Jr., 2006.

<sup>2</sup> Título de uma música do grupo Chico Correa e Eletronic Band, onde o baião é produzido eletronicamente através de softwares e sintetizadores.

Tanto os seus produtores quanto os seus consumidores relatam que este tipo de música está desvinculado dos grandes agentes reprodutores da cultura de massa, como as grandes mídias, as grandes gravadoras e outros espaços considerados por eles como “massivos”. Estes agentes parecem elaborar um significado sobre o que é “Indústria Cultural” e quais as suas regras para, a partir dela, estabelecer - em oposição a este mesmo significado - uma noção de “independente”: categoria usada como estratégia simbólica e econômica nos processos de identificação social do universo da música paraibana.

Todavia, o que podemos verificar é que os grupos que fazem esta música “misturada” demonstram racionalizar o processo de produção da música numa perspectiva bastante próxima daqueles aos quais se opõem. A qualidade do “material” - termo utilizado para se referenciar à gravação musical para ser veiculado através de CD’s, DVD’s e principalmente internet - é uma das maiores preocupações. Já a publicidade constrói um imaginário social ao se aproveitar de signos próprios da imagem do nordeste para comunicar e divulgar festas, festivais e outros eventos. As novas tecnologias são incorporadas em todas as etapas da produção musical para se chegar a um padrão de qualidade, exigido pelos próprios consumidores desta musicalidade. Na verdade, o que se percebe é que existe uma utilização dos procedimentos técnicos de produção iguais àqueles produtos culturais que os grupos e consumidores do universo musical paraibano chamam de “massivo”.

Por outro lado, também há uma preocupação de estabelecer uma música referenciada na cultura popular na qual, de acordo com os sujeitos envolvidos neste processo simbólico, é esquecida em detrimento de outros estilos musicais mais “favoráveis” às dinâmicas da sociedade de consumo, como o forró elétrico, o axé *music* e o *pop* internacional. O conceito de “independente” aparenta se entrelaçar com o conceito de “regional” e, conseqüentemente, os diversos agentes envolvidos neste processo elaboram vários discursos e estratégias de identificação que o torna difícil de categorizá-lo. Apesar de tal produção ser geralmente definida como “independente”, são apresentadas várias sugestões: “alternativo”, “regional”, “música popular”, “música folclórica”.

Enquanto a noção de “independente” produzida por estes atores expressa um valor moderno, que remete à idéia do indivíduo livre - e, por conseguinte, suspende esta musicalidade e seus consumidores para um ambiente de escolhas e ações individuais - por

outro lado o conceito “regional” apresenta um contexto musical preso ao passado e às práticas culturais nordestinas. Este contexto se torna referência para localizar-se no espaço e no tempo, na perspectiva de reconstituir uma representação do movimento cultural ao qual estão envolvidos. Mas o que motiva estes indivíduos a produzir a tensão entre elementos tradicionais e modernos? Qual o significado do termo “independente”? Seria um “independente” em relação a que, já que os agentes participam ativamente da construção de um mercado local baseado nas tendências globais de produção e consumo de música? E como a tradição é discursivamente articulada no interior deste processo? Como podemos refletir sobre um processo de individualização calcado na resignificação de elementos tradicionais?

O universo “independente” paraibano não é um caso isolado. Nos últimos tempos, a música brasileira apresentou ao mundo vários ciclos de elaborações estéticas das quais possuíam como característica em comum a troca de elementos entre o “tradicional” e o “contemporâneo”. Se fizermos rapidamente um breve percurso nos eventos mais famosos da história moderna da música brasileira, como a semana de arte moderna de 1922, passando pelo movimento da tropicália dos anos 60 e o movimento *manguebeat* na década de 90, poderemos perceber que cada um destes ciclos surgiu de elaborações sociais complexas que resultaram no desenvolvimento de universos simbólicos particulares, mas orientados por e para manifestações sócio-culturais globalizantes.

Estes processos da cultura brasileira também parecem ter como semelhanças entre si o valor da “tradição” vinculado a uma representação de uma cultura do passado, do “antigo”, enquanto que o valor “contemporâneo” demonstra a apreciação pelas transformações globais nas quais cada episódio acompanhou, construindo uma significação acerca da “modernização da cultura nacional” a partir do diálogo com as transformações sócio-culturais do mundo. Os fenômenos citados também parecem apresentar noções de identidade que demarcam estilos de vida orientados pela possível oposição da realidade sócio-cultural que lhes são dadas, ou seja, surgem mais ou menos como movimentos genericamente chamados de “contracultura”.

A semana de arte moderna brasileira de 1922 teve a forte influência de movimentos artísticos europeus como o futurismo, o cubismo e o expressionismo e tinha como discurso a luta por uma arte moderna brasileira. A tropicália se inseriu nas transformações sócio-

culturais dos anos 60, na luta pelos direitos humanos e assistiu a consolidação do *rock'n roll* no mercado mundial. Ao mesmo tempo, apresentou problemas sociais brasileiros, sobretudo, as conseqüências oriundas do processo ditatorial que o país estava sofrendo. Já o movimento *manguebeat* denunciou o estabelecimento de novas tecnologias em músicas como “computadores fazem arte, artistas fazem dinheiro” e apresentou o fenômeno da globalização em suas composições misturando maracatu com *hardcore* baseado num conceito de cosmopolitismo elaborado por seus agentes.

Ao mesmo tempo, estes movimentos culturais parecem ter participado da modernização da cultura brasileira e no desenvolvimento da produção e no consumo nacional de objetos culturais, como a música. Portanto, o que há de peculiar no universo da música “independente” paraibana a partir dos anos 1990? O que torna este fenômeno social diferenciado de outros tão semelhantes?

O universo “independente” paraibano é marcado pela incorporação de transformações culturais e econômicas como a descentralização dos pólos produtivos de música e de seus mecanismos de distribuição - tendo a internet como principal ferramenta para disseminar produções locais no mundo globalizado - e a absorção das novas tecnologias - tanto do seu aspecto cultural quanto seu apelo estético. A apropriação destas transformações por seus agentes contribuiu efetivamente para a construção de um campo de bens culturais integrado a outros mais amplos, numa espécie de rede. Ao mesmo tempo, esta musicalidade paraibana parece apresentar uma forte presença de hibridismo cultural, em que o popular, o massivo e o culto se permutam entre si, construindo contextos locais específicos. Esta dinâmica também pode ser reconhecida como estratégia de modernização social em que “estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (Canclini, 1997).

Neste caso, ainda surgem outras reflexões: Até que ponto estas transformações sócio-culturais reconfiguraram fenômenos conhecidos como a massificação, a produção social de gostos e a homogeneização cultural? Existe, de fato, uma fragmentação cultural que contribui para a emancipação de pequenos mercados culturais em relação aos já estabelecidos ou ainda se mantém uma hierarquia destes processos? Será que a indústria cultural se reproduz nos mesmos padrões anteriores à popularização das novas tecnologias?

A música tocada nos shows do universo “independente” paraibano também demonstra ser um vínculo entre personalidades distintas, as quais buscam re-significações na disparidade dos processos sócio-culturais da contemporaneidade, construindo estilos de vida variados. Mas, em que medida, consumir esta musicalidade não significa, sobretudo, compartilhar das suas disputas simbólicas?

Esta pesquisa se insere, então, neste universo de análise acerca dos processos de identidade intermediados por objetos culturais - como a música - na medida em que suas várias fases como a produção, a circulação e o seu consumo, parecem participar da elaboração simbólica e econômica do universo musical paraibano. Para tanto, tentaremos apontar alguns caminhos para as questões sugeridas, na perspectiva de interpretar como os diversos agentes se apropriam do significado “independente” e as transformações sócio-culturais que atuam efetivamente tanto na produção desta musicalidade quanto para sua fruição, na medida em que este conceito também é produzido como rótulo no mercado mundial da música.

## Capítulo I

### Apresentação das questões teóricas centrais da pesquisa

*“Eu sou do baqueado  
Do pandeiro bem levado  
Do batuque e do repente  
Do gingado e do suingue diferente.  
Do sambafunksoul do rock e do baião  
Do Jackson hip-hop do Luiz o Gonzagão”*

*Parapoderembolar – Cabruêra*

#### *Na superfície do universo “independente” paraibano*

Sobre uma possível definição do que seria uma música “independente” neste campo musical paraibano, parece que ela é demarcada, num primeiro momento, a partir de uma representação elaborada pelos agentes acerca da Indústria Cultural. Para estes indivíduos, a indústria cultural é a música que toca diariamente nas rádios, a das grandes gravadoras, a que toca nas emissoras de televisão, nas novelas, que aparece nas revistas e nos *banners* de *sites* na internet. Mas também é considerada “aquela música que a maioria escuta, como o forró elétrico, o pagode e o axé”. Dessa forma, a noção de “independente” se expande para além de um campo essencialmente produtivo da música e parece se constituir também em oposição a outros consumidores, que são encarados como “a cultura de massa”.

De acordo com os agentes da música “independente” paraibana, a “cultura de massa” é o resultado de uma música altamente nociva, que prende a subjetividade dos seus ouvintes, controlando-os. Em alguns momentos, os que ouvem a música “massiva” são considerados primitivos, mal-educados, violentos e, sobretudo, “alienados”. Este conceito

de alienação desenvolvido pelos agentes inseridos no universo “independente” paraibano parece apresentar-se como um elemento de distinção do grupo, na medida em que defendem a música “independente” como representante de uma cultura mais libertária, intelectual e de resistência, que estimula a individualização dos seus ouvintes.

Apesar de haver indícios sobre a categorização de uma musicalidade como “independente” na Paraíba antes dos anos 90, não podemos afirmar com precisão se houve uma ruptura entre o que ela representava antes para o seu significado atual. Todavia, em entrevista com os mais antigos agentes deste campo, paradoxalmente, eles relatam que antigamente o “independente” estava mais relacionado ao *rock'n roll* e seus derivados (*heavy metal, punk rock, pop rock*), sendo o *rock* o estilo musical mais comercial do mercado global. T.B.<sup>3</sup>, um de nossos entrevistados que participou deste espaço simbólico como consumidor e logo depois como músico, afirma que havia algumas referências à música nordestina, porém, o estilo mais expressivo nestes espaços era o *rock*. Geralmente os grupos de música não gravavam discos, alguns tocavam *covers* de músicas famosas do pop internacional como R.E.M., Bob Marley e U2 ou então faziam releituras das mesmas.

Não havia um público consumidor que fomentasse uma produção autoral e, portanto, poucas bandas progrediam. Entre os grupos mais destacados no curso de sua história – pelo menos nos anos 80 e até na década de 90 - se encontra o grupo Jaguaribe Carne de João Pessoa, liderado por Pedro Osmar. Sua musicalidade se baseia no experimentalismo poético apoiado na busca de novas sonoridades. Alguns grupos recém-surgidos, como o Burro Morto, também de João Pessoa, o citam como grande colaborador para as transformações da música independente paraibana.

No âmbito do nordeste, o exemplo mais notório deste campo a partir da década de 1990 foi o “Chico Science & Nação Zumbi”, junto com outras bandas originadas do movimento manguebeat. Baseado no discurso promovido pelo movimento realizado em Recife - PE, o grupo se tornou uma das bandas de maior poder de circulação no país. O movimento manguebeat apresentou ao mundo questões culturais nordestinas que estavam inseridas no movimento contemporâneo, como a violência urbana e a invasão das novas

---

<sup>3</sup> Muitas entrevistas foram produzidas informalmente na convivência com os agentes envolvidos. Por este motivo, os nomes dos entrevistados foram mantidos em sigilo, já que não houve pedido formal de autorização para citá-los neste trabalho.

tecnologias no cotidiano das pessoas. Para Teles (2000), “a parabólica fincada na lama é o símbolo perfeito do que propunha o movimento”. Seu propósito era de inserir uma cultura local num mundo globalizado, aproveitando aspectos sócio-culturais de ambos os contextos para a produção de sua musicalidade e expressão.

Estes processos simbólicos constituíram a cultura pop de Recife – PE (Prysthon: 2002). Isto significa que se estabeleceu no Recife um campo próspero de produção e consumo que aos poucos se espalhou pelo Nordeste e atingiu o cenário da música independente do país, reconfigurando-o. Após a morte do Chico Science, o grupo Nação Zumbi se consagrou como um dos principais nomes da música brasileira. Viajou pelo mundo, conquistou notoriedade no eixo Rio - São Paulo e hoje, pode fazer show em qualquer lugar do país por um bom cachê. Além disto, o grupo conquistou espaços em meios de comunicação como a MTV, a TV Cultura, rádios nacionais e assinou selo com a produtora Trama, que posteriormente se tornou uma das principais do mercado independente brasileiro, com um *casting*<sup>4</sup> invejável.

Se analisarmos superficialmente apenas os modos de produção da música atuais do grupo “Nação Zumbi”, poderíamos facilmente inseri-lo no *mainstream*<sup>5</sup>. Mas a produção simbólica e a carga informacional que o grupo construiu ao longo de sua trajetória continuam sugerindo aos seus consumidores a identificação de sua musicalidade com o mundo conhecido como “independente”. Ao mesmo tempo a trajetória do Nação Zumbi se tornou referência para outros grupos alternativos, na perspectiva de considerarem que ele não teve que sofrer um processo severo de massificação para conquistar a tão sonhada sustentabilidade no incerto mercado de bens culturais do país. Segundo os seus fãs, “o grupo apenas conversou com o mundo”.

Ao mesmo tempo, o manguebeat parece ter contribuído para uma nova onda regionalista no mercado da música brasileira nos anos 1990, baseada na incorporação de elementos da musicalidade nordestina em diálogo com ritmos globais como o rock e a música eletrônica e influenciou o surgimento de bandas no país, inclusive na Paraíba. Num

---

<sup>4</sup> Lista de artistas os quais a gravadora é responsável, seja pela gravação, distribuição ou gerenciamento de carreira.

<sup>5</sup> Corresponde a uma gíria usada para identificar o grupo oligárquico dos principais meios de produção de música que possuem a dominação mundial de vendas.

### *Industrialização e mundialização da música: identidades massificadas ou fragmentadas?*

Um primeiro ponto que gostaríamos de analisar é como esta contradição se insere propriamente na modernização da indústria cultural a qual a música “independente” paraibana está inserida, o que nos leva a questionar tanto sobre o processo produtivo de música quanto a sua fruição. Se levarmos nossa análise para um período antes do surgimento da indústria fonográfica, vamos perceber que a produção musical geralmente estava relacionada a algum fato religioso, a alguma festa ou evento social. A capacidade de ouvir música estava restrita ao espaço limitado do alcance sonoro e a visão exercia um papel fundamental, já que todas as experiências com música se davam em apresentações ao vivo. Ou seja, “para se escutar música, era preciso estar presente no local onde a música era produzida” (Rodrigues: 2002).

A música era compartilhada imediatamente pela comunidade através de rituais religiosos e sociais e assim, a audição musical, de certa forma, não ocorria isoladamente, mas integrava-se no contexto desses rituais, assim como outras formas de Arte (Benjamin: 1975). A especialização dada aos papéis destinados ao compositor-intérprete-ouvinte cresceu, à medida que surgem novos meios de produção e difusão musical que propiciam novos modos de atuação do compositor, intérprete e ouvinte (Rodrigues: 2002).

Assim, o fato de se pensar música como algo para ser escutado individualmente é relativamente recente. Com o advento do fonógrafo, os papéis destinados ao compositor, ao intérprete e ao ouvinte se deslocaram. Esta espécie de nova configuração da “divisão do trabalho social” do campo musical compreende a um processo de racionalização da produção de música e se consolida efetivamente com a emancipação da indústria fonográfica, redefinindo os padrões de consumo da música. De acordo com Iazzeta (2001b), quando a música passa a ser deliberadamente registrada e reproduzida (inicialmente pela partitura e, posteriormente, pelos processos de gravação), a memória dá lugar à precisão da escrita e os detalhes passaram a habitar a composição. O ato de escutar música distancia-se progressivamente do ato de fazer música (compor, tocar).

Para Adorno (1975), esta produção musical avançada - tanto a música que ele considera ser “séria” quanto à música “ligeira”- passa a ser submetida à lei de consumo, pelo preço e conteúdo. O autor então conclui que a música, ao se transformar em mercadoria, também passa a se compor de suas características, ou seja, também passa a se constituir do seu valor de troca e do seu valor de uso. Porém, o mero valor de uso – aparência ilusória, que os homens da cultura devem conservar, na sociedade capitalista – é substituído pelo mero valor de troca, o qual, precisamente enquanto valor de troca, assume ficticiamente a função de valor de uso. Assim:

“É neste quiproquó específico que consiste o específico caráter fetichista da música: os efeitos que se dirigem para o valor de troca criam a aparência do imediato, e a falta de relação com o objeto ao mesmo tempo desmente tal aparência. Esta carência de relação baseia-se no caráter abstrato do valor de troca. De tal processo de substituição social depende toda a satisfação substitutiva, toda a posterior substituição ‘psicológica’.

A modificação da função da música atinge os próprios fundamentos da relação entre arte e sociedade, pois “quanto mais inexoravelmente o princípio do valor de troca subtrai aos homens os valores de uso, tanto mais impenetravelmente se mascara o próprio valor de troca como objeto de prazer” (Adorno: 1975:173)

A crítica de Adorno sobre o que ele identificou como “fetichismo” da música – apropriando-se das conclusões de Marx acerca do fetichismo da mercadoria - parece apresentar uma preocupação fundamental com as transformações que a indústria fonográfica trouxe para a sua fruição. Para o autor, quando o consumo de música passa a ser destituído de relação, ou seja, quando as pessoas passam a ouvir música “superficialmente”, ela deprava esta própria música, pois “tais obras transformam-se em um conglomerado de idéias, de ‘achados’, que são incucados aos ouvintes através de amplificações e repetições contínuas, sem que a organização do conjunto possa exercer a mínima influência contrária” (Adorno: 1975: 175).

A estruturação do conceito de “indústria cultural” (Adorno & Horkheimer: 1985) teve a sua relevância nos estudos culturais efetivamente por caracterizar a implementação de procedimentos técnicos, máquinas e relações de trabalho equivalentes na produção de bens culturais como a música. Além disso, Adorno - e a escola frankfurtiana de modo geral - denunciou a penetração dos meios de comunicação de massa na esfera cultural de nossa

sociedade, uma transformação que agora parece fazer parte de nossas próprias engrenagens, com o estabelecimento da cultura midiática.

É importante destacar que, para se referir a “cultura”, os frankfurtianos utilizam o termo como uma “Antropologia Filosófica”<sup>8</sup>. Na verdade, os autores seguem a tradição alemã que associa cultura à *Kultur*, e a identificam com a arte, filosofia, literatura e música. As artes expressariam valores que constituem o pano de fundo de uma sociedade (Ortiz: 1986). No debate sobre cultura, os frankfurtianos também procuram destacar a diferença entre cultura e civilização, estabelecida pelo pensamento alemão. O primeiro termo se associa à dimensão espiritual, enquanto circunscrevem o significado da civilização ao mundo material.

Em certa medida, não há como negar o fato de que o mercado participa efetivamente na fruição da música e estabelece categorias de consumo a fim de organizá-los comercialmente. Adorno irá defender que esta experiência cultural, moldada nos princípios da racionalidade instrumental, se transformaria em uma experiência de consumo regularizada pela lógica sistêmica do capital e, por conseguinte, seria o fim do sujeito moderno. Para Adorno & Horkheimer (1985), “Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as”.

Deste modo, Adorno & Horkheimer tratam a racionalização instrumental como a reificação do próprio homem. Não contentes em igualar a racionalização formal com o surgimento do capitalismo, nos estudos sobre a *Dialética do Iluminismo* publicado no ano de 1947 os autores especulam que a necessidade de impedir gratificação de certos impulsos básicos para garantir a sobrevivência exige o controle da objetivação racional do agente e da natureza (Ingram: 1994). A industrialização da cultura, que ocorre no âmbito desta forma de racionalização, apresenta o axioma frankfurtiano que a consciência não pode ser livre na sociedade industrial (Ortiz: 1986).

Os grupos da música “independente” paraibana apresentam racionalizar os modos de produção de seu produto musical numa perspectiva bastante próxima daqueles aos quais

---

<sup>8</sup> Ortiz (1986)

se opõem, ou seja, as grandes gravadoras. É necessário ter uma boa gravação, cartazes criativos e estabelecer um sistema de marketing cultural sustentável. A publicidade é muito utilizada, quando há dinheiro para fazê-la. Na internet, quanto mais publicações, mais a banda é reconhecida.

As novas tecnologias são incorporadas em todas as etapas da produção musical para se chegar a um padrão de qualidade, exigido pelos próprios consumidores desta musicalidade. Na verdade, o que se percebe é que existe uma utilização dos procedimentos técnicos de produção e divulgação iguais àqueles produtos culturais que os grupos e consumidores do universo musical paraibano chamam de “massivos”. Para Ortiz (1986), O elemento padronizador desempenha na verdade o papel de parâmetro em relação ao qual a cultura enquanto mercadoria pode ser reconhecida. Portanto, este processo de padronização que ocorre na música independente paraibana é fundamental para que os grupos se reconheçam profissionalmente e para que seus ouvintes compreendam seus produtos.

Entretanto, até que ponto esta organização repreende expressões individuais, tanto daqueles que produzem quanto daqueles que consomem esta música? A alienação seria a única consequência da industrialização de objetos culturais? E os sujeitos, possuem alguma atuação neste processo ou são apenas marionetes do sistema econômico e social vigente? Enfim, se esta dissolução da individualidade faz sentido, para onde foi o sujeito moderno? Para Retondar (2008), se esta perspectiva teórica contemporânea faz sentido, ela, no entanto, “equivoca-se ao pressupor a existência de um ente singular, real, que estaria sendo ultrapassado por esses sistemas e processos. Ao fazer isso, ela reifica a própria noção de indivíduo como algo absoluto, como um dado da realidade social”.

No caso do universo da música “independente” paraibana, as ações individuais são fundamentais para a sua manutenção, pois corresponde a um tipo de *habitus* (Bourdieu: 2007a) do próprio campo. Os agentes vêem no ato de escolha um valor mais humano: resultado da busca de uma expressão individual. Porém, se imaginarmos que esta categoria “independente” funciona como valor de uso desta música - ou seja, como rótulo de um nicho do mercado musical paraibano - e refletir como estes indivíduos a utilizam como valor de troca - para se diferenciarem de outros grupos de consumidores e produtores -, de fato, parece que existe uma espécie de fetichismo.

---

Conseqüentemente, estes agentes parecem seguir diferentes estilos de vida, compreendidos como conjuntos mais ou menos integrados de práticas que um indivíduo abraça, “não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da auto-identidade” (Giddens: 2002). Tais padrões de estilo de vida também podem algumas vezes envolver a rejeição mais ou menos deliberada das formas mais amplamente difundidas de comportamento e consumo. Mas o acesso a possibilidade de escolhas não é o mesmo para todos, o que faz da modernidade uma produtora de diferença, exclusão e marginalização (Giddens: 2002).

Portanto, se estes estilos de vida reafirmam experiências particulares e dão forma material às narrativas dos sujeitos inseridos no universo “independente” paraibano, em que medida a formação destas identidades resultaria apenas num fetichismo? Em outras palavras, pensar o “independente” apenas como fetichismo do indivíduo é o suficiente para explicar as trajetórias particulares e as transformações destas identidades e até mesmo do próprio campo?

Paradoxalmente, o que verificamos atualmente é que estes e outros grupos, os quais muitas vezes se apresentam tão diferentes uns dos outros, em certos momentos de suas trajetórias compartilham dos mesmos ambientes de consumo e, conseqüentemente, tais processos simbólicos se permutam, produzindo novas redes de significado. Nos maiores festivais de música independente na Paraíba - como o Encontro para a Nova Consciência, realizado no Carnaval em Campina Grande, e o Festival Mundo, realizado em João Pessoa - é comum nós reconhecermos um público muito heterogêneo.

Estes festivais representam espaços multiculturais pautados na valorização da diversidade e se tornaram peça fundamental para o escoamento da produção musical de pequenos grupos e, conseqüentemente, para a legitimação dos mesmos no interior do mercado rotulado como “independente”. E são nos lugares “mais abertos ao diálogo” que os atores demarcam suas identidades uns em relação aos outros. Nas palavras de uma entrevistada: “independente é ter a condição de expressar o que você quer”.

Esta e outras características do universo “independente” paraibano poderiam por em xeque a perspectiva homogeneizante de Adorno sobre a fruição da música contemporânea ou então ratificar a interpretação de Bauman acerca do consumo moderno.

Mas como explicar o fetichismo de um tipo de música que segue os princípios da indústria cultural e ao mesmo tempo permanece distante dela, já que não consegue desenvolver um mercado estável? O que alimentaria este fetichismo?

Estas e outras questões aqui elencadas demonstram a complexidade deste tema e provavelmente não conseguiremos resolvê-las apenas nesta dissertação. A nossa tentativa neste trabalho é, portanto, apontar alguns caminhos para pensar como a categoria “independente” é apropriada pelos produtores e consumidores paraibanos. Acreditamos que, neste caso, não é apenas a forma musical ou o modo de produção musical que determina o que é ou não “independente”, mas o discurso e as práticas nas quais estas formas musicais estão inseridas e como os atores sociais as absorvem. Portanto, se estes diversos grupos se produzem em ambientes comuns e constituem uma rede de relações multifacetada, mas identificada a partir de uma noção de “independente”, é evidenciada outra característica do campo: a valorização de um multiculturalismo marginal.

Atualmente o cenário da música “independente” brasileira parte desta perspectiva. De acordo com Mendonça (2003), “o que emerge desses processos é a institucionalização da “marginalidade”, que transparece nas próprias transformações produzidas pela indústria fonográfica para criar um espaço de institucionalização do que é marginal”. Mendonça ainda aponta como exemplo a criação do rótulo *world music*, que ganhou larga utilização no mercado fonográfico no final da década de 1980 e veio junto com uma nova onda de sucesso de sons com características extremamente diversas, mas que apresentavam, como ponto unificador, sua origem não anglo-saxã. Estes produtos passaram da margem – ou seja, de produto “alternativo” com circulação bem restrita – para centro de um mercado, e se tornou foco de novos e constantes investimentos.

Porém o espaço de produção e consumo criado a partir a institucionalização de “culturas marginais” – baseado na perspectiva do multiculturalismo global - não é apenas um espaço para emergência da diferença cultural, embora tenha aberto um mercado para músicos não-ocidentais. Como aponta Mendonça (2003: 73), “convém lembrar que uma de suas funções é a de regular e incorporar grupos subordinados à indústria, confirmando o poder das culturas dominantes de definir os ‘outros’”. Assim, este processo participa efetivamente da relação dialética entre a homogeneização e incorporação das diferenças pela indústria.

E se esta relação dialética existe, ela tende a reconstruir constantemente os padrões da música e do seu de consumo, ampliando ainda mais a capacidade de produção simbólica e econômica deste campo. Além disso, a perspectiva multiculturalista enraizada nesta categoria de consumo – relativamente nova no mercado da música - tende a fragmentar ainda mais estilos musicais que antes assumiam formas singulares, pois os desenvolvimentos da imprensa musical, da indústria fonográfica, dos meios de telecomunicação e das novas tecnologias vão projetar a cultura pelo espaço e pelo tempo, atenuando as barreiras entre o que é de dentro e o que é de fora, criando paulatinamente uma nova configuração na relação entre o binômio local X global.

Os processos de descentralização da produção, distribuição e etnicização das formas musicais dominantes que vem ocorrendo nas últimas décadas também colaboram para esta nova configuração, pois produzem uma preocupação de estabelecer o local em relação à cultura global. De acordo com Mendonça (2003):

“Nos países, antes considerados “periféricos”, a redefinição do local gerou, basicamente, duas perspectivas que desencadearam diferentes políticas culturais: o medo da perda da identidade frente à ameaça de homogeneização pela entrada avassaladora dos produtos da mídia globalizada, refletindo-se em ações protecionistas; e a redefinição e promoção da identidade local, com a tentativa de participar mais ativamente do mercado transnacional”.  
(p.74)

Ao mesmo tempo, as políticas públicas destinadas ao desenvolvimento e manutenção de culturas locais se estabelecem na medida em que a produção e circulação de bens culturais passam a ser vistas como novas formas de pensar os rumos do modelo de desenvolvimento socioeconômico e, por conseguinte, “podem ser compreendidas a partir de seu potencial transformador, como veículo de promoção do desenvolvimento social fortemente atrelado ao desenvolvimento humano” (Sigmas & Ignácio: 2008).

Contudo, esta concepção vem se centrando quase que exclusivamente na produção de dados quantitativos cujo objetivo é demonstrar o potencial econômico do fazer cultural. Esta produção vem se tornando, então, base de um discurso de valorização econômica da esfera cultural frente às outras esferas sociais, apoiada na expansão do conceito de *diversidade cultural*, que vem orientando políticas nacionais específicas (Miguez: 2007).

A trajetória do universo “independente” paraibano, de certa forma, também demonstra como o fenômeno da globalização atua em dois pontos: se por um lado observamos na sua musicalidade uma certa universalização de processos simbólicos globais que se movimentam em direção ao estabelecimento de um sistema econômico e cultural comum a diversas e dispersas realidades - como a música pop internacional - , por outro lado, também podemos perceber uma exaltação do “particular”, da tradição local e portanto, coexistem assim dois processos de comunicação: um global e outro local, sem serem plenamente harmônicos (Ariza: 2006).

Isto significa que a indústria da música não pode ser mais concebida em termos da teoria centro-periferia, baseada no princípio do mercado bilateral, ponto ressaltado pela teoria do imperialismo cultural (Mendonça: 2003), o que põe novamente em xeque o caráter homogeneizante de Adorno acerca da indústria cultural. Hoje, tanto a produção quando o consumo de música se define a partir de redes de informações multilaterais e expansivas.

As novas tecnologias foram absorvidas diferenciadamente entre os artistas populares, produzindo um ambiente de experimentação e hibridismo cultural. Enquanto na cultura de massas a informação visava um sujeito mediano e idealizado, na cultura de redes a informação visa os indivíduos ou grupos específicos, formados a partir da lógica de redes. Ao invés da média, busca-se o específico, o atualizado, o particular. Como aponta Lévy (1999), esta dinâmica da música popular mundial é uma ilustração do universal sem totalidade. Universal pela difusão de uma música e de uma audição planetárias; sem totalidade, já que os estilos mundiais são múltiplos, em via de transformação e de renovação constantes.

Para Netto (2008), a produção de bens culturais também está passando por um processo de flexibilização, da lógica industrial para uma cultura do compartilhamento. A internet, enquanto meio comunicacional, confunde a forma tradicional massiva de divulgação cultural. Por meio dela, corrompe-se a verticalidade no trânsito da cultura (emissor-receptor), tão enfatizada nos primeiros estudos de indústria cultural.

Seguindo estas transformações da indústria cultural, os músicos inseridos no mercado “independente” da Paraíba assumem uma identidade cosmopolita, conectando os

elementos da música tradicional à tecnologia e ao marketing de ponta, e dessa forma, conseguem instrumentalizar-se para entrar nas redes de consumo mundializadas. Atualmente, os grupos procuram selos de gravadoras independentes, para facilitar a distribuição do material sonoro ou até se mantêm sem selo algum, produzindo discos a partir de leis de incentivo à cultura e patrocínios locais.

Todavia, a internet se transformou no grande centro de negócios relacionados à música. Sites como o *www.myspace.com* e o *www.multiplay.com* oferecem ferramentas visuais e sonoras, tornando-se o grande “cartão de visitas” dos grupos. Neles pode-se acessar vídeos de show gravados, clipes, fotos, agenda de shows, músicas para ouvir *on line* e apresentar a produtores toda a logística necessária para apresentações, desde equipamentos de som a mapas de palco (corresponde a localização de cada instrumento e de cada músico no palco). Além destes grandes pólos interacionais, há também os blogs e os “HD’s virtuais”, que permitem o *download* de discos e filmes dos grupos.

No entanto, se não existe mais no âmbito das relações interculturais a relação dicotômica entre centro e periferia, ao mesmo tempo se constitui uma hierarquia que permeia as relações entre diversas localidades. Estas redes, portanto, não são uniformes. Podemos destacar, por exemplo, a mobilização que os grupos paraibanos fazem para tocar em festivais da Europa, por acreditarem que lá seja um ambiente mais propício e desenvolvido para suas músicas do que o mercado brasileiro.

Conseqüentemente, a trajetória do universo “independente” paraibano parece se localizar numa “via de mão dupla”, gerada pelo movimento de mundialização da própria música, de modo geral. De acordo com Ortiz (2007), o primeiro caminho deste movimento é o da desterritorialização, constituindo um tipo de espaço abstrato, racional, deslocalizado. Sobre este percurso, uma forte característica da música deste campo - como já apresentamos - é a apropriação de diversos estilos e culturas garimpadas pelos produtores paraibanos no mercado global de bens culturais. Num único disco do Cabruêra, podemos encontrar vários ritmos como o *reggae*, o *rock*, o *hip hop*, a música eletrônica e o *funk*. Estas formas musicais construíram aspectos de universalidade, perdendo, num primeiro momento, as suas localidades. O *rock* não é mais americano ou inglês. O *reggae* não é mais jamaicano. O *funk* não é mais tocado apenas por negros.

econômica que permite a integração desta musicalidade na malha global, mas não a torna suspensa, solta. Ela é localizada e territorializada novamente pelos agentes que o consomem, baseado na perspectiva de se produzirem enquanto cidadãos do mundo, a partir e uma valorização da diferença, do peculiar.

Todavia, seria necessário um estudo mais profundo sobre o consumo desta musicalidade nos festivais europeus para analisar as disparidades entre os discursos dos seus consumidores e os consumidores paraibanos e, de fato, verificar como esta música é vista no continente europeu. Isto também implicaria no debate teórico em torno das desigualdades do mercado mundializado e na reflexão sobre identidades contemporâneas inseridas em processos sócio-culturais desta natureza.

Sob este ângulo, parece que a atuação do mercado na fruição da música assume uma direção diferente da concepção frankfurtiana sobre a indústria cultural e o fenômeno da massificação. Hall (1998) irá chamar a atenção para o fato de que, os fluxos culturais, entre as nações e o consumismo global criam possibilidades de “identidades compartilhadas” – como ‘consumidores’ para os mesmos bens, ‘clientes’ para os mesmos serviços, ‘públicos’ para as mesmas mensagens e imagens - entre pessoas que estão bastantes distantes umas das outras nos espaço e no tempo. Porém, o autor complementa:

“Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (...), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de ‘supermercado cultural’ ”. (Hall: 1998:75)

Uma vez que a identidade de um sujeito é pautada no significado “independente”, transmitido na sua interação com a música do grupo Cabruêra, ela muda de acordo com a forma como o sujeito é visto e representado. A sua identificação não é automática, mas pode ser ganha ou perdida, e, portanto, assumir uma identidade “alternativa” é “torná-la politizada”. Talvez seja por isso que este significado é incorporado não apenas no discurso, mas também nas práticas cotidianas destes agentes inseridos no universo da música “independente” paraibana e terminam fazendo parte de suas trajetórias individuais.

Renato Ortiz irá perceber que esta luta pela definição do que seria a autenticidade desta identidade, é, na verdade, uma forma de se esboçar as feições de um determinado tipo de validade. De acordo com o autor, “as identidades são diferentes e desiguais, porque seus artífices, as instâncias que as constroem, desfrutam distintas posições de poder e de legitimidade” (Ortiz: 2000).

### *Estratégias para entrar e sair da modernidade?*

Como destacamos até o momento, existem vários fenômenos - como a industrialização e a mundialização da cultura -, produtos de nossa modernização, que parecem afetar diretamente a trajetória do universo “independente” paraibano. Ao mesmo tempo, surgiram várias questões durante a nossa discussão que se relacionam a problemas teóricos centrais para o pensamento sociológico mais geral, como alienação e autonomia, padronização e individuação, ator e estrutura, sujeito e objeto, indivíduo e sociedade. Estas questões são correspondentes da tensão entre os processos de homogeneização e os processos de heterogeneização, encontrados no atual contexto da globalização, o que nos impede de ver mais claramente quanto o indivíduo é afetado por ela.

Para Appadurai (1990), se a globalização envolve uma variedade de instrumentos de homogeneização (armamentos, técnicas de propaganda, hegemonia da linguagem, produção de estilos) próprios da racionalização técnica e instrumental estabelecida na produção de bens simbólicos, a sua absorção na economia política e cultural local, ou seja, a repatriação destes instrumentos, depende de diálogos heterogêneos de soberania nacional, de livre imprensa e conseqüentemente produz diferenciações entre um país e outro.

Neste contexto, o estado desempenha um papel cada vez mais delicado, pois não sabe o quanto deve se abrir para o fluxo global. Assim, Appadurai conclui que o aspecto central da cultura global atual é a política do esforço mútuo da igualdade e da diferença, “no sentido de se devorarem mutuamente e assim proclamar o assalto bem sucedido das

idéias gêmeas do Iluminismo do universal que triunfa e do particular que se recupera” (1990: 324).

Outro ponto que também dificulta um olhar mais claro e específico sobre o campo da produção e circulação de bens simbólicos da música “independente” paraibana é que ele é formado a partir de uma articulação de conteúdos e técnicas de produção e circulação próprias da cultura de massa com outros conteúdos e formas próprias da cultura popular e da cultura erudita. E, portanto, tornar-se-ia inviável analisá-lo em campos distintos, conforme as classificações comuns sobre o que é popular, o que é massivo ou o que é erudito, numa espécie de análise pendular, de acordo com as categorias elaboradas no pensamento de Adorno e Horkheimer sobre os produtos da indústria cultural. Na Paraíba, estes elementos são transformados em recursos para produzir novas lógicas culturais que modelam e redefinem uma identidade local em relação a uma identidade global.

Ao mesmo tempo, como identifica Bourdieu (2007b), o desenvolvimento que conduz à arte pela arte e o desenvolvimento responsável pela indústria cultural têm como princípio comum “os progressos da divisão do trabalho e a constituição de esferas separadas de atividade que favorecem a explicitação das funções próprias a cada uma delas e a organização racional dos meios técnicos adequados a estas funções”. Neste sentido, por mais que estes dois campos de produção se oponham tanto por suas funções como pela lógica de seu funcionamento, eles coexistem no interior de um mesmo sistema (Bourdieu, 2007).

A perspectiva de *hibridação cultural* proposta por García Canclini, talvez possibilite um caminho para a compreensão deste campo, na medida em que o autor desintegra o dualismo entre tradicional e moderno, entre o popular e o erudito, entre o massivo e o particular e propõe o entendimento da desterritorialização destes elementos, tanto os simbólicos quanto os materiais. Este processo, em que “estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (Canclini, 1997) é percebido como correspondente à dinâmica da modernidade, na qual confronta o indivíduo com uma complexa variedade de escolhas e ao mesmo tempo oferece pouca ajuda sobre as opções que devem ser selecionadas. De acordo com Canclini (1997):

“Em uma época em que a cidade, a esfera pública, é ocupada por agentes que calculam tecnicamente suas decisões e organizam tecnoburocraticamente o atendimento às demandas, segundo critérios de rentabilidade e eficiência, a subjetividade polêmica, ou simplesmente a subjetividade, recolhe-se ao âmbito privado. O mercado reorganiza o mundo público como palco do consumo e dramatização dos signos de status”. (p.288)

Neste grande palco produzido pelo mercado, cenários - como o universo “independente” paraibano - desmoronam as categorias e os pares convencionais (subalterno/hegemônico, tradicional/moderno) usados para falar do popular. De acordo com Canclini (1997:284), “suas novas modalidades de organização da cultura, de hibridação das tradições de classes, etnias e nações requerem outros instrumentos conceituais.”

A lógica vigente da mercantilização das diferenças culturais, de fato, é relativamente recente, resultante dos processos globalizadores que acentuam a interculturalidade moderna e criam mercados mundiais de bens materiais e dinheiro, mensagens e migrantes, o que propiciam mais formas de hibridação produtiva, comunicacional e novos estilos de consumo do que no passado (Canclini, 1997). Para Retondar (2007), os movimentos de modernização da América latina implicaram tanto em processos de racionalização, num sentido tipicamente weberiano, quanto em movimentos marcados por processos de hibridação cultural, no qual:

“(…) el principio de racionalización instrumental y de la organización sistémica se encuentran entrecortados por la propia dinámica de la reflexividad típica al mundo moderno, reintroduciendo constantemente elementos de la tradición, de la cultura popular, del folclor, del realismo fantástico, todo esto combinado y conjugado con nuevas tecnologías y una producción cultural masiva (...)” (RETONDAR,2007:11)

Desse modo, Canclini propõe novas reflexões acerca da tradição, da modernidade e da pós-modernidade e ressalta como aspecto preponderante a ausência de uma política cultural moderna na América Latina. O processo de hibridação cultural do continente decorre da inexistência de uma política reguladora ancorada nos princípios da modernidade, que desencadeou sínteses e combinações imprevistas. Estas combinações culturais marcaram o século XX nas mais diferentes áreas, possibilitando desdobramentos, produtividade e poder criativo distintos das mesclas interculturais já existentes na América Latina.

Como consequência do vasto crescimento urbano nos últimos anos, a mobilização social, assim como a estrutura da cidade, fragmenta-se em processos cada vez mais difíceis de totalizar, permitindo um sistema amplo de intervenções culturais locais capazes de dialogarem entre si. Assim, o massivo deixou de ser um sistema vertical de difusão para transformar-se em expressão amplificada de poderes locais, como uma complementação dos fragmentos (Canclini, 1997).

Porém, seria injusto não indicar que às vezes os meios massivos também contribuem para superar esta fragmentação. “A mídia se transformou, até certo ponto, na grande mediadora e mediatizadora e, portanto, em substituta de outras interações coletivas.” (Canclini, 1997:289). Ao relacionar patrimônios históricos, étnicos e regionais e difundi-los maciçamente, os meios de comunicação coordenam as múltiplas temporalidades de espectadores diferentes.

Portanto, não é o hibridismo que define a condição global cosmopolita. Ele tem o efeito de mostrar o caráter contingente das unidades culturais construídas - como a nação, a etnia ou o movimento social - que são comumente apresentadas como objetos culturais diferenciados tanto na mídia como no mercado. Neste contexto, um importante elemento da crença na produção musical “independente” na Paraíba é a referência, como já indicado, a uma tradição popular e à musicalidade nordestina, nos múltiplos diálogos que pode estabelecer com a produção cultural contemporânea. É uma tradição discursivamente articulada e defendida, em outras palavras, “justificadas como tendo valor em um universo de valores competitivos e plurais” (Giddens, 1997).

A modernização se constituiu com a produção social da riqueza acompanhada sistematicamente pela produção social de riscos. A reflexividade institucional tornou-se o principal inimigo da tradição, por promover o abandono dos contextos locais de ação a partir do crescente distanciamento no tempo e espaço (desincorporação). Daí em diante, a tradição assume um caráter diferente. Enquanto que esta controla o espaço mediante seu controle de tempo, com a globalização o que acontece é outra coisa. A lógica que rege a globalização é a predominância da ausência sobre a presença, não na sedimentação do tempo, mas graças à reestruturação do espaço.

Portanto, se num mundo da “sociedade tradicional” o pluralismo cultural assume a forma de uma extraordinária diversidade de tradições e costumes, na qual cada um deles ocupa um espaço privilegiado, na sociedade pós-tradicional este pluralismo não pode mais assumir a forma de centros distintos de poder enraizado. Neste novo contexto, “as tradições só persistem na medida em que se tornam passíveis de justificação discursiva e se preparam para entrar em um diálogo aberto” (Giddens, 1997). Assim, um campo de disputas pela legitimação se fixa e o relacionamento puro não consegue sobreviver se este espaço discursivo, e conseqüentemente, político, não for criado e mantido.

Em contraponto, tanto os produtores quanto os consumidores da música “independente” paraibana tentam estabelecer um discurso defensor do cosmopolitismo e da diversidade cultural e propõem a mistura entre as culturas e as temporalidades. Este conflito que, ora defende uma cultura local, ora defende o diálogo entre várias culturas parece se consolidar como estratégia de modernização do próprio campo. Esta necessidade de modernização decorre não apenas no campo simbólico da música “independente” paraibana, mas também dos seus aspectos estruturantes de mercado, como a falta de capacitação dos profissionais da cadeia produtiva da música, a dificuldade na criação de espaços para shows e até mesmo a ausência de lojas e instrumentos e acessórios.

É importante lembrar que este conjunto de expressões locais integra um subsistema subordinado ao sistema mundial. Conseqüentemente, o desenvolvimento dos aspectos locais acontece na medida em que eles assimilam formatos próprios de uma economia, uma técnica e um mercado cultural abrangente, a fim de serem compatíveis com ele (Ariza, 2006). Para Canclini (1997), busca-se reconverter um patrimônio para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado.

Portanto, como aponta Sérgio Costa (2006), o hibridismo cultural merece ser investigado como discurso dos atores, “na medida em que tal discurso, sob determinadas circunstâncias, introduz a dúvida onde pairam certezas existencialistas e *empowers* minorias culturais” (p.130). Ou seja, não podemos afirmar a hibridação cultural como categoria macrossociológica de estudo da globalização, pois ela não explica as desigualdades nas relações globais e muitas vezes, assume uma condição genérica que esconde as intenções dos grupos que a defende.

O hibridismo merece ser encarado como estratégia política e simbólica daqueles grupos interessados em estabelecer o diálogo com uma cultura e um mercado mundializados, pois o processo de mundialização também inclui a re-significação de uma visão global que permeia o conjunto das diversas manifestações culturais. Contudo, para existir, “ele deve se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens, sem o que seria uma expressão abstrata das relações sociais” (Ortiz: 2007:31).

No caso dos atores que vivenciam a música “independente”, o que podemos perceber muitas vezes é que a valorização do multiculturalismo em contraponto com o enaltecimento da cultura nordestina também funciona como estratégia de emponderamento diante (e dentro) da própria indústria cultural. Para Canclini, ao analisar as formas de hibridismo na América Latina no final do século XX, todas estas culturas são de fronteira e passam a ocupar um lugar proeminente no processo de desenvolvimento político uma vez que, quando se fecham ou se enrijecem as vias político-sociais, essas práticas se constituem em vias de expressão simbólica, com ação e atuação efetivas.

Assim, a eficácia dos processos de hibridismo reside, principalmente, na sua capacidade de representar o que as interações sociais têm de oblíquo e dissimulado, e de propiciar uma reflexão acerca dos vínculos entre cultura e poder, os quais não são verticais. Trata-se, portanto, de verificar “quais são as conseqüências políticas que decorrem da passagem de uma concepção vertical e bipolar das relações sociopolíticas para outra descentralizada e multideterminada” (Canclini:1997: 345).

Pensar o “independente” como a manifestação de um grupo de pessoas envolvidas que mergulham na cultura global para se aproximar de sua cultura local e vice e versa, no qual se apropria de ferramentas criadas no âmbito da indústria cultural, racionalizando os modos de produção não apenas para tentar construir um mercado de bens culturais local, mas também para poder se reconhecer no mundo gerenciado pelo consumo, parece ser uma interpretação mais apropriada dentro das características do campo.

Obviamente este conceito é pautado numa categoria de consumo já consolidada no mercado. Porém, isto é insuficiente para a manutenção do campo de bens simbólicos, pois o mercado local é infecundo e depende quase que exclusivamente de apoio governamental. Neste sentido, a categoria “independente’ depende das ações e interações entre os agentes

para sua reprodução e manutenção. Como está inserida nesta categoria uma valorização do que é novo e “diferente” - mesmo que seja “antigo” - e do individual, constrói-se uma dimensão política de empoderamento local em virtude de uma cultura mundializada.

## Capítulo 2

### Dos produtores

#### *Um contexto socialmente estruturado*

No âmbito do mercado contemporâneo globalizado, a fruição da música sofre de um processo de rotulação, que mapeia a produção global, através da identificação de produções locais, sobretudo aquelas baseadas em culturas peculiares. Contudo, a música precisa ser percebida como algo vivo, na medida em que se apresenta como estrutura dinâmica e viva que se reconfigura dentro de suas práticas, dentro da criação e da escuta e de seus desdobramentos enquanto produto cultural. Conseqüentemente, jamais compreenderemos a música se não pudermos compreender sua relação com outros contextos – sociais, culturais, biológicos, físicos – a que ela se une (Iazetta: 2001a).

Isto sugere que, enquanto fato musical associado a situações sociais específicas, a música merece ser pensada junto com seus “*contextos socialmente estruturados*” (Thompson: 1995). Esta perspectiva teórica foi desenvolvida por John B. Thompson para analisar processos sócio-culturais, através da qual o autor se apropriou da concepção de cultura do antropólogo Clifford Geertz - um conceito “semiótico” a ser estudado como uma atividade interpretativa observada em dados etnográficos (Geertz: 1978) - e a descreveu como “um padrão de significados incorporados nas formas simbólicas” (Thompson: 1995), que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças.

A partir deste conceito, Thompson formulou uma “concepção estrutural” da cultura, em que “os fenômenos culturais devem ser entendidos como formas simbólicas em

contextos estruturados” (Thompson: 1995). Estas “formas simbólicas” são, para o autor, uma ampla variedade de fenômenos significativos, desde ações, gestos e rituais até manifestações verbais, programas de televisão e obras de arte, inclusive a música. Elas são também trocadas por indivíduos, localizados em contextos específicos, e este processo requer certos meios de transmissão. Thompson evidencia cinco características comumente envolvidas na constituição das formas simbólicas: são os aspectos intencionais, convencionais, estruturais, referenciais e contextuais.

De acordo com o autor, as quatro primeiras características têm relação com o que geralmente é entendido pelos termos “significado”, “sentido” e “significação”. Porém Thompson não está interessado em abordar uma possível “Teoria do Significado” e, portanto, chama a atenção para o aspecto contextual das formas simbólicas que, além de ser importante em questões de significado e de interpretação junto com as outras características, também “chama a nossa atenção para aquelas características socialmente estruturadas das formas simbólicas que são normalmente negligenciadas nas discussões sobre significado e interpretação, características que são cruciais à análise da cultura” (Thompson: 1995: 183). O autor afirma que:

“As formas simbólicas estão sempre inseridas em processos e contextos sócio-históricos específicos dentro dos quais e por meio dos quais elas são produzidas, transmitidas e recebidas. (...) A inserção destas em contextos sociais implica que, além de serem expressões de um sujeito, essas formas são, geralmente, produzidas por agentes situados dentro de um contexto sócio-histórico específico e dotados de recursos e capacidades de vários tipos”. (Thompson:1995: 192-193)

A produção e recepção de formas simbólicas são processos que tem lugar dentro de contextos sociais estruturados. Entretanto, esta concepção estrutural da cultura não deve ser confundida com a concepção estruturalista, termo geralmente utilizado para referir-se aos métodos e idéias associadas a pensadores tais como Lévi-Strauss e Barthes dentre outros. Para Thompson (1995:182) o mais importante é demarcar uma distinção entre “os traços estruturais internos das formas simbólicas, de um lado, e os contextos e processos socialmente estruturados dentro dos quais as formas simbólicas estão inseridas, de outro”. Portanto, a análise destes contextos seria incompleta se não levássemos em consideração as ações e interações inseridas nestes processos.

Para esclarecer as características típicas dos contextos sociais, Thompson se utilizou do conceito de Pierre Bourdieu sobre *campos de interação*, conceituado como “um espaço de posições, de disputas simbólicas e, diacronicamente, como um conjunto de trajetórias” (Thompson: 1995). Na busca de seus objetivos e interesses dentro do campo de interação, os indivíduos também se baseiam em regras e convenções de vários tipos, muitas vezes implícitas, não formuladas, informais, imprecisas. Elas podem ser conceituadas como *esquemas flexíveis* que orientam os indivíduos no curso de suas vidas diárias, sem nunca terem sido promovidos ao nível de preceitos explícitos e bem formulados.

Porém, estas regras e convenções não são simplesmente restritivas e limitadoras: são também, de acordo com Thompson, produtivas e capacitadoras. Como aponta o autor: “elas também tornam possíveis as ações e interações que ocorrem na vida cotidiana, constituindo-se nas condições sociais das quais dependem, necessariamente, essas ações e interações” (1995: 198-199). Ao mesmo tempo, estas várias características que constituem os contextos sociais também participam na produção e recepção de formas simbólicas, que também está envolvida com o uso dos recursos disponíveis e com a implementação de regras e esquemas de vários tipos por um ou mais indivíduos situados em determinada posição - ou posições - dentro de um campo ou instituição. Como aponta o autor:

“Os indivíduos não absorvem passivamente formas simbólicas, mas, ativamente e criativamente, dão-lhes um sentido e, por isso, produzem um significado no próprio processo de recepção. (...) Ao receber e interpretar formas simbólicas, os indivíduos estão envolvidos em um processo contínuo de constituição e reconstituição do significado, e este processo é, tipicamente, parte do que podemos chamar de reprodução simbólica dos contextos sociais”. (Thompson: 1995: 201-202)

Nossa hipótese é que o universo da música “independente” paraibana pode ser considerado um campo de interação formado pelos indivíduos cujas identidades se constituem, dentre outros fatores, na valorização de formas simbólicas. Nestas formas, nós podemos incluir uma vasta rede de significados, desde roupas, gírias e até mesmo a dança praticada nos shows de bandas como a Cabruêra e a Chico Correa e Eletrônica Band. Porém, é a música que aparece como principal elemento articulador da reprodução simbólica deste campo. Inclusive, é com base na música, desde a elaboração - baseada na

mistura da musicalidade nordestina com ritmos globalizados como o *rock n'roll* – a sua recepção, ou seja, do seu consumo, que este campo se define em relação a outros.

Portanto, os esforços de nossa pesquisa se orientam para o aspecto contextual desta musicalidade, que ultrapassa questões puramente “musicais” ou interpretativas, num sentido mais psicológico do termo. Nós acreditamos que a música “independente” paraibana também tem um significado sócio-cultural importante para se pensar a elaboração das identidades que se relacionam com ela, seja no âmbito da sua produção - músicos, os produtores, os donos de casas de shows - ou no do seu consumo.

## *Introdução: O “dentro” e o “fora”*

Antes de apresentar os dados empíricos, tentaremos contextualizar a pesquisa e seus procedimentos metodológicos. Neste caso, a minha participação no universo da música “independente” paraibana (inicialmente como consumidor e logo depois como músico) tem um papel fundamental na concepção estrutural desta pesquisa. Desde os 14 anos estabeleço uma relação direta com o campo estudado e esta proximidade sempre despertou muitas curiosidades. Como é ser músico neste mercado? O que há por trás do espetáculo? Porque as pessoas vibram com esta música e se frequentam determinados espaços urbanos? Como essa música mistura “nordeste” com “mundo”?

Este envolvimento com o “objeto de análise”, de certa forma, contribuiu na etapa das entrevistas, pois muitos dos atores sociais envolvidos, entre artistas e consumidores, eram colegas ou amigos. Porém, não foi algo tão imediato. Como muitos me conheciam ou como platéia ou como músico - nunca como pesquisador -, houve certo estranhamento. Se antes eu estava ali, dividindo palco ou apenas tomando cerveja junto com o público, agora me localizo entre as coxias, tentando absorver um pouco de tudo. Se antes falava abertamente com todos, trocava brincadeiras e risadas, agora sou o chato cabeçudo que sempre tem alguma reflexão sobre a noite, sobre a festa, sobre a banda, sobre qualquer coisa. Assim, este papel de pesquisador veio se configurando com o tempo e provocou algumas dificuldades teórico-metodológicas que foram muito interessantes para refletir sobre a relação entre pesquisa e pesquisador.

O universo da música “independente” na Paraíba parece ser um ambiente de disputas simbólicas. É comum perceber o desenrolar de “micro-batalhas” por cada espaço de divulgação de seu trabalho, mesmo quando há acordos e “união” entre as bandas para promover novos espaços (como o evento “ensaio aberto da cena independente”, ocorrido em paralelo à festa urbana “o maior São João do mundo”, em Campina Grande, 2008). Os mecanismos de escoamento da sua produção são muito restritos na Paraíba e dessa forma, muitos invocam uma identidade que tenta se definir como ‘alternativa’, ‘marginal’, ‘independente’ em relação aos grandes meios de comunicação de massa e às estruturas promotoras dos grandes eventos do Estado.

Num primeiro momento, quando me inseri mais incisivamente neste “jogo”, na disputa pelo reconhecimento do meu trabalho enquanto músico, ocorreu um deslocamento do meu papel social, no qual anteriormente era tido como consumidor (platéia) e que posteriormente adquiriu uma significação de produtor (artista). Minhas relações com os artistas e produtores de música, se intensificaram e me lançaram enquanto identidade constitutiva desta classe. Em oposição, muitas relações com outros “consumidores” enfraqueceram, inclusive relações com pessoas que considerava ter uma interação mais “sólida”, pelo tempo de envolvimento. Talvez, uma das razões tenha sido a minha participação em outras disposições interacionais, as quais me colocam em outros espaços de interação, fortalecendo determinadas relações ao invés de outras.

Entre os diversos espaços de interação apresentados no universo da música “independente” paraibana, o palco parece ser a mais importante, pois além de revelar o “sagrado”, discriminando o poder simbólico vigente no campo (que é a própria música), ele ajusta condição de classe tanto para os músicos, produtores de bens simbólicos, quanto para seus consumidores (o público), por dividi-los em espaços de interação distintos e ao mesmo tempo conexos. Esta divisão contribui para um prolongamento das relações de poder e de legitimação para além deste campo, que são refletidas no cotidiano, na forma como os artistas interagem com seu público no dia a dia. Assim, se instaura um espaço de lutas pelo monopólio do poder de consagração em que, continuamente, se engendram o valor das obras de arte e a crença neste valor (Bourdieu, 2004).

O palco, na perspectiva de ser uma estrutura física objetivamente edificada para separar o “sagrado” do “profano”, ou seja, para classificar e especificar um lugar destinado a “aura” da arte, e outro destinado a contemplação desta aura, conseqüentemente, demarca espaços de interação diferenciados cujas dinâmicas são próprias para cada um, seguindo a lógica semelhante da distinção entre o privado e público.

De acordo com Ribeiro (2004) a palavra “público” tem dois sentidos principais nas línguas e pensamentos contemporâneos. Por um lado, “público” se opõe ao “privado”, e é sinônimo de bem comum, do patrimônio coletivo. Outro sentido é o que se opõe a “palco”, ou seja, a platéia que se constitui:

“na soma dos que assistem a uma representação, tendo à passividade, podendo manifestar-se apenas pelo aplauso ou vaia, pela compra ou boicote de ingresso, mas sem ter meios de reverter

a radical e constitutiva desigualdade a separá-la dos atores. No sentido teatral, o público vale menos que o palco". (Ribeiro, 2004 – p.32)

Obviamente deixaremos de lado a discussão sobre a constituição histórica da configuração “palco” e seus respectivos locais de atuação, não apenas físicos como também as formas de arte que a utilizam, como o teatro, a dança contemporânea e performances entre outras. Para não dispersar as idéias, concentremos nossas atenções para o fato de que, no universo da música “independente” na Paraíba, a configuração “palco” se estabeleceu durante a configuração deste mercado, permitindo o fortalecimento da “radical e constitutiva desigualdade” que separa produtores e consumidores. Os artistas se tornam possuidores e transmissores das formas simbólicas demarcadas no campo, e o público, passa a ser atuante no processo de valorização e consumo dessas formas simbólicas.

Porém, se eu usar minha própria trajetória como dado empírico, no qual mudei meu papel social de “público” para “produtor” e posteriormente para “pesquisador”, é discutível pensar estes segmentos enquanto homogêneas, num movimento sincrônico e linear. Apesar dos atores sociais compartilharem uma identidade em comum, quer seja ela reconhecida como “alternativos”, “independentes”, “regionais” entre outras denominações, o ambiente das interações sociais apresenta um movimento de hibridação, tornando-o difícil de categorizá-lo.

Como já foi dito, a configuração “palco” também é um meio de transmissão de formas simbólicas. Parte de um contexto socialmente estruturado que promove circunstâncias espaços-temporais (o palco em festas urbanas), as quais são *parcialmente* constitutivas da ação e interação que têm lugar dentro delas. Parcialmente porque, quando chega o fim de uma festividade, uma espécie de culto aos valores engendrados no campo, os atores sociais tendem a buscar a manutenção desses valores cotidianamente, e, por isso, as relações estabelecidas entre o público e o privado, entre o público e o artista, enfim as relações de poder e de legitimação situadas numa festa, são geralmente prolongadas na forma como os artistas interagem com seu público no dia a dia.

Os artistas legitimados no campo adquirem uma *carga informacional*, resultante não apenas da sua participação numa localização “geográfica e espacial” referenciada no palco, mas, sobretudo, pela sua capacidade, *reconhecida a partir de sua apresentação no*

---

relação ocorria, ficava complicado conseguir informações mais “profundas”, pois elas poderiam apresentar um possível “lado podre” destes atores;

Os entrevistados falavam comigo baseados numa referência simbólica, a minha trajetória no campo. Assim, produziam regras e padrões de interação comigo. Muitos sabiam que eu era um mestrando da Universidade Federal de Campina Grande, formado em Arte e mídia pela mesma instituição e que recentemente tinha me apresentado como instrumentista num grupo que dividia palco com Cabruêra, Chico Correia e outros. Esta carga informacional conduziu aquelas pessoas que me conheciam a produzirem uma noção de que eu estava ali tentando ser um especialista no campo e, conseqüentemente, as entrevistas se montavam num plano de reflexão crítica sobre a realidade compartilhada entre mim e os entrevistados. A política das identidades era demonstrada freqüentemente e assim, sempre surgiam bons papos sobre o tema da pesquisa com eles.

Tentei elaborar entrevistas formais a partir de um questionário de 10 (dez) perguntas para consumidores e outro questionário com outras 10 perguntas para músicos e produtores, utilizando gravador e câmera fotográfica. Alguns entrevistados tinham receio, imaginando que eu fosse criticar ou dizer que suas falas estavam equivocadas, mesmo quando eu mantinha a ‘boca de siri’ de entrevistador. Outros provocavam uma tensão entre os grupos, identificando críticas e fortalecendo a legitimação do meu trabalho enquanto músico. Outros focavam a entrevista no meu grupo. Quando perguntava sobre os outros, eles criticavam e elogiavam a minha música. Outros criticavam a minha música. Também tinha aqueles que não gostavam de comentar sobre outros grupos, porque achavam que eu estava querendo promover a disputa para reconhecer qual o grupo era mais expressivo no campo, e por aí foi. Enfim, as respostas, em muitos momentos, eram dadas a partir do que eles consideravam ser de meu interesse, ou, senão, estava relacionado com a minha trajetória de vida e com meu papel social encenado no campo.

Comecei a perceber que isto poderia se tornar um problema. Mas depois, comecei a visualizar como, aos poucos, as pessoas foram construindo o papel de pesquisador (junto comigo). O fato de parar de tocar, de deixar de ser um produtor, me auxiliou um pouco neste processo. Delineou tanto para eles quanto para mim, a nova identidade. Porém, o fato

de ser um “ex” do grupo, implicava certo respeito. Assim, algumas máscaras caíram, outras se mantiveram.

Em determinados casos, me transformei num companheiro de mágoas. Em filas de banheiro nos shows, mesas de bares ou bate-papos virtuais, era comum ser testemunho de desabafos, reclamações e denúncias de vários atores do universo “independente” paraibano. Assim, comecei a trabalhar com entrevistas informais, tentando anotar o máximo de informações posteriormente.

Percebendo a necessidade de tantos dados qualitativos para compreendermos o tema da pesquisa, tentei dividir este capítulo em três blocos: o primeiro é elaborado a partir de dados etnográficos observados num show, que apresenta alguns aspectos do funcionamento do mercado “independente” e a construção dos espetáculos promovidos por um dos seus grupos representantes; o segundo é uma observação etnográfica da produção de uma festa intitulada “Baile Muderno”; e, por fim elencaremos algumas questões relacionadas à proliferação de festivais no Brasil.

Hora de subir no palco. Minutos antes, os músicos passam o som cuidadosamente. “Calibram os dedos” com “Xila”<sup>10</sup>. O vocalista olha para o nada e se lembra das letras das músicas. Na coxia do palco, curiosos e integrantes de outras bandas “tiram onda” com os músicos, numa descontração amigável. Eles também aproveitam para filar o “beck”<sup>11</sup>. Os *holders*<sup>12</sup> do evento não estavam presentes e tiveram que improvisar dois assistentes de palco. A pré-produção de um show é fundamental para que tudo ocorra bem. Na teoria ocorre mais ou menos da seguinte forma:

1. O grupo envia antecipadamente o *rider* técnico<sup>13</sup>, o *imput list*<sup>14</sup>, o repertório, o mapa de palco e o mapa de iluminação.
2. O assistente de palco monta os instrumentos de acordo com o mapa de palco. A iluminação também é montada de acordo com o mapa de iluminação;
3. O técnico de áudio, conhecido como o “cara da mesa de som”, pega todo o material e vai “passando o som” de cada instrumento. Primeiro a bateria e os instrumentos percussivos, depois o contra-baixo, guitarras e por último as vozes e instrumentos de sopro;
4. Depois de passado individualmente, o grupo passa uma ou duas músicas, para verificarem os monitores individuais no palco. Se o músico não se ouvir, fala para o técnico de som aumentar mais o seu “retorno”;

Já na prática, nem sempre é assim. De acordo com os músicos, às vezes, tudo ocorre ao mesmo tempo: “o cara da mesa de som está de mau-humor e acaba com o seu

---

<sup>10</sup>Gíria utilizada para se referir a Maconha.

<sup>11</sup> Também conhecido como ‘baseado’. Corresponde ao cigarro de maconha, produzido artesanalmente.

<sup>12</sup> Assistentes de palco, responsáveis pela montagem e desmontagem do palco e que também auxiliam as bandas durante o show.

<sup>13</sup> Relação dos instrumentos e o tipo de captação de som de cada um.

<sup>14</sup> Parecido com o *rider* técnico, é uma lista contendo os instrumentos e os canais que serão utilizados na mesa de som.

som. Você tem que ser amigo dele e tratar bem, senão seu show vai pro brejo. Não tem assistente de palco. Você tem que montar e passar seu som sozinho. Não tem iluminação. Se tem, ela fica fritando a cabeça e pedimos para desligar”. No caso do palco deste evento, o som era relativamente “profissional”. Alguns músicos contribuíram para a passagem de som. Apesar da ausência de assistentes de palco, os próprios músicos se organizaram e enfim, tudo fica pronto para o espetáculo começar.

O nível de informalidade no mercado de trabalho da música “independente” paraibana é muito alto, tanto no aspecto da sua formação quanto na sua atuação. Os músicos aprendem com a própria experiência, tirando as músicas que ouvem “de ouvido”. Aos poucos vão criando suas composições. Poucos são verdadeiramente qualificados para lidar com as diferentes funções necessárias, desde funções como assistente de palco a produção musical propriamente. Ao mesmo tempo, os músicos cada vez mais acumulam funções, o que implica na economia da produção de shows, já que se diminui o gasto com recursos humanos.

O show inicia com uma batida eletrônica, acionada pelo baterista através de um *sampler*<sup>15</sup>. É um côco-de-roda com timbres eletrônicos e produzidos eletronicamente, através de programas de computador. O vocalista grita alto: “Olha o doce de côco, olha o doce!”. O guitarrista mantém a base rítmica no *wah-wah*<sup>16</sup>. De repente solta uma cortina de fumaça no palco. Os metais (um trombone e um trompete) entram em sintonia com o *sampler* e a batida da bateria. O público retorna o verso “olha o doce de coco”. A praça Antenor Navarro, em João Pessoa, está lotada. O vocalista e o baixista vão na beira do palco para chamar o público. De repente aparece um câmera e um fotógrafo para documentar o evento e a performance dos músicos.

---

<sup>15</sup> É um equipamento que consegue armazenar sons (samples) de arquivos no formato digital wave (os mesmos de um CD) numa memória digital, e reproduzi-los posteriormente um a um ou de forma conjunta, caso sejam acionados em grupos, montando uma reprodução solo ou mesmo uma equivalente a uma banda completa.

<sup>16</sup> Pedal de efeito para guitarra e contrabaixo que, conforme o seu tocador o aciona, faz o som do instrumento variar entre grave e agudo. Este efeito não muda a nota tocada (como faz o oitavador) e sim atenua algumas frequências. Tecnicamente ele é um filtro de frequências que atua amplificando uma determinada faixa, sendo a banda passante do filtro determinada pela posição do pedal. Os mais comuns como o Cry Baby atuam na faixa de 500 Hz a 2 KHz.

O vocalista inicia a segunda música e pede para o público responder, dançando, com as calças folgadas caindo do corpo. Ele aponta para cima e pergunta: “ó de casa, ó de fora, corre lá vai ver quem é/ é os cantador de rei, quem mandou foi São José”. O público atende eufórico. O baixista também não pára de dançar. A música é uma mistura de samba com *funk*<sup>17</sup>. Chega outro fotógrafo para documentar o evento. O público vai a loucura. Pula, dança e canta a música inteira. Quando chega o seu fim, o baixista agradece a banda anterior e os produtores do evento. Em seqüência, o vocalista começa a cantarolar a frase “eu vou rachar os pés de tanto sapatear” batendo no microfone como se fosse um instrumento percussivo. Várias moças ficam na beira do palco interagindo com os músicos. O baixista chega junto com o guitarrista no momento do seu solo. Pedindo para o público bater palmas, o vocalista inicia sozinho uma espécie de embolada, interagindo com o som da platéia. Enquanto isso, os músicos dos metais relembram longe dos microfones as notas da introdução. Antes da música começar, o vocalista pega uma escaleta<sup>18</sup>. Cada músico tem uma cerveja do lado, menos o vocalista. A música começa com todos juntos. De repente, já no meio dela, cai o seu tempo e os metais fazem vários solos. Todos se voltam para o baterista. Em seqüência ele dá uma virada na caixa e a música volta para um ritmo mais intenso.

O vocalista dá boa noite e pergunta se todo mundo tá no clima da paz, do amor e se tá tudo certo. Eles começam a entoar um canto “ôôôô, valei-me meu pai a xangô”. Enquanto isso, o baterista põe outra faixa no *sampler*. O público responde o refrão. A gravação que vem do interior dos alto-falantes é de uma voz masculina recitando uma poesia. Enquanto isso, o guitarrista regula o agudo do amplificador o tempo inteiro, buscando o timbre perfeito. Começa “Zabé Sabe”, o vocalista pergunta ao público: “alguém viu uma onça por aí?” O baterista solta outro *sampler*. O público se anima com a música. O baixista salta no palco no *break*<sup>19</sup> da música. Nesta música, os sopros saem de cena. Um se aproxima e vem me dizer que eu escrevo muito. Acabou a música e o

---

<sup>17</sup> Estilo bem característico da música negra norte-americana, desenvolvido a partir de meados dos anos 1960 por artistas como James Brown e por seus músicos, especialmente Maceo Parker e Melvin Parker, a partir de uma mistura de soul music, soul jazz, rock psicodélico e R&B.

<sup>18</sup> Também conhecido como melódica, clavieta ou piânica, é um instrumento musical.

<sup>19</sup> Parada na música. É um arranjo que serve de motivação para o tema da música.

guitarrista solfeja com *reverb*<sup>20</sup> e com *delay*<sup>21</sup>. Começa “é proibido cochilar”, uma versão da música de Luis Gonzaga. O público vibra muito com ela.

Chega outro fotógrafo. Enquanto isso, o vocalista fala do quarto disco do grupo: “quem não quiser comprar ali na banquinha atrás da mesa de som pode baixar de graça no *site* do overmundo”. Começa outra música, com o nome de um pássaro típico do sertão: Carcará. O vocalista sobe em cima da caixa de som, e fica mais alto do que o próprio palco. Ele imita o pássaro enquanto canta. O público vai ao delírio, pois é um lugar muito arriscado. Quando termina a primeira estrofe ele volta para o palco e fica se contorcendo em frente a caixa de som, enquanto o guitarrista faz o seu solo. O vocalista chama o público para bater palmas e logo após, a música vai ganhando aceleração, volume e velocidade. O público vai ao delírio. Nesta música, especificamente no refrão, uma palavra é enfatizada. “Matar, matar, matar”, com muita dramaticidade por parte do intérprete vocalista. Um solo de guitarra acompanha estas palavras quando a música termina.



Momento do show em que o vocalista sobe na caixa de som.

---

<sup>20</sup> Processador de efeito para guitarra, que produz uma ambiência no som, através da simulação de reflexões sonoras.

<sup>21</sup> Assim como o *reverb*, é um processador de efeito, e produz uma espécie de eco. É utilizado geralmente para solos em diversos instrumentos.

De repente o guitarrista me olha e avisa que vai “fumar um”. Quando me viu com o caderno na mão e o lápis do lado, percebeu que estava ali um observador, tentando lhe descrever em palavras. Meio que envergonhado, logo rebateu: “vou é afinar aqui a guitarra”. Enquanto isso, todos os outros integrantes saíam do palco. Apenas o baterista e vocalista ficam e começam puxar uma ciranda, ponto mais alto do show. O vocalista desce do palco e se joga na multidão e começa a formar várias rodas, umas dentro das outras. Para quem está no palco, é uma bela vista. Ver aquela multidão pulando e cantarolando antigas marchinhas de carnaval e enredos de escolas de samba como “diga espelho meu, se há na avenida alguém mais feliz que eu”, “oh jardineira porque estais tão triste, mas o que foi que te aconteceu”, “quanto riso, ó, quanta alegria”. Um público fervoroso, enaltecendo ali retratos dos seus antepassados. Ali, antigos carnavais já haviam passado. Era o centro histórico de João Pessoa. Um espaço defasado pela modernização urbana da cidade, que deslocou o entretenimento para a zona litorânea.

Este local é um reduto de muitos artistas pessoenses. Muitos alugam casarões para ensaios, casas de show’s, ateliês. Terminou se construindo neste ambiente um símbolo de resistência artística. Em pesquisa, já havia passado várias vezes ao dia por estes casarões e ouvia muita música ecoando destas janelas antigas. Ali funcionam vários estúdios de ensaio e um estúdio de gravação. A praça parece um quarto antigo. Existem casarões que cercam e uma igreja por trás, construindo um ambiente perfeito para shows.

Retornando ao show, junto com estas antigas músicas, uma bateria tocava o ritmo da ciranda. A batida do tarol numa caixa mais grave e o compasso marcado no bumbo, apontando a batida que seria de um surdo. Marchinhas e cirandas de repente se transformavam em outros ritmos, principalmente o *funk*, e depois retornavam. O vocalista grita: “abre e fecha a roda! Canta comigo. Eehhh, ohhhh, as mulheres falam e os homens respondem”. Todos cantam. A vibração é praticamente a de um êxtase. E o vocalista, perdido na multidão. Ainda misturam tudo em frases de Tom Zé, Lenine e outros.

televisão em reportagens que falam do sertão, da seca ou do desenvolvimento tecnológico do semi-árido nordestino. Quando se fala em direito autoral, os grupos relatam que é muito pouca a comissão que lhes são dadas. Muitas vezes, são questões de centavos. Definitivamente, vender sua música para televisão é um mau negócio.

Mas ali, no show, o grupo tinha possibilidade de vender seus discos, a custo de 15 reais cada e ainda cantavam para um público mais interessante sob o ponto de vista de legitimação em espaços para circulação de bens culturais. Isto significa que no mercado da música “independente”, é necessário preservar e manter o seu capital simbólico, para sempre aparecer como um dos principais nomes do campo. Ganhar uma disputa simbólica em relação a outros grupos é necessário para se ter uma boa clipagem<sup>24</sup> e assim, participar de editais, de festivais e ser mais visto por grandes produtores.

A clipagem (e o próprio ato de tocar) é vista pelos produtores como uma estratégia de movimentar o que chamam de “economia da informação”. Quanto mais for visto, seja presencialmente – em shows e festivais - ou através de matérias em blog’s, jornais impressos, revistas e outras mídias, maior a chance do grupo circular e conquistar o interesse de novos consumidores. Nos festivais, é comum ter uma verba destinada apenas para jornalistas e críticos de música, para que a “economia da informação” tanto das bandas como do próprio festival flua e legitime estes produtos culturais. É por isto que muitas bandas chegam a pagar para tocar em determinados espaços e circular em turnês tocando praticamente “de graça”.

Apesar dos agentes afirmarem muitas vezes que o mercado “independente” vive no sufoco, existem aqueles estabelecidos no campo. Ou, se não são estabelecidos, pelo menos aparentam ser diante dos outros. Dois dos grandes produtores do Brasil se encontram no nordeste, sendo um de Natal- RN e outro em Recife- PE. O primeiro foi um dos precursores nos anos 1990 na cena natalense e criador de um dos principais festivais de música independente do país, o DoSol. Hoje, o DoSol consegue contratos com grandes empresas telefônicas e outros parceiros, a partir de editais e leis de incentivo á cultura. Já o segundo nome participou da ascensão do manguebeat e produziu vários grupos da cena

---

<sup>24</sup> O clipping (ou clipagem) é o acompanhamento e registro de todas as matérias divulgadas em veículos impressos, virtuais e, às vezes, eletrônicos a respeito de uma determinada organização, produto ou pessoa pública (artista, político, profissional renomado etc.).

pop recifense como Mundo Livre S/A, Chico Science e Nação Zumbi. Também foi o criador do festival Abril pro Rock, também considerado um dos principais do país, junto com “O Porão do Rock” de Brasília- DF e o “Goiania Noize” de Goiania –MT. Estes dois agentes são almeçados por bandas de todo o país. Tocar na frente de um deles pode abrir muitas portas.

Mas estes dois nomes detêm apenas alguma parcela de poderes locais. O que os diferencia efetivamente em relação a outros “pequenos produtores” é a articulação que ambos tem tanto com o poder público quanto com o privado. Além disso, no âmbito das relações entre grupos musicais e produtores, estes possuem maior contato e profundidade que outros. Assim, o mercado independente funciona mais ou menos como uma rede interdependente de poderes oblíquos, na qual, quanto mais penetrado nesta rede maiores a chance de legitimar seu poder local.

Obviamente existem outros produtores tanto em Natal quanto em Recife, organizando outros festivais e eventos. Porém, a chancela destes dois nomes citados ainda reverbera positivamente na rede do mercado independente. Na Paraíba existe uma fragmentação evidente de poder. Em João Pessoa existem vários pequenos produtores que elaboraram um ambiente constante de disputas. Não há um nome evidente, já que várias produtoras de evento se revezam na programação cultural da cidade. Podemos destacar as produtoras “Seu Cosme”, o “coletivo Mundo<sup>25</sup>” e pessoas envolvidas com a cena cultural recifense. Já em Campina Grande, muitas bandas afirmam que ocorre um tipo de monopólio dos eventos da cidade.

Em Campina Grande, os principais espaços de produção desta música “independente” são o Encontro para a Nova Consciência, realizado no carnaval, e o Festival de Inverno realizado após o Maior São João do Mundo. Em ambos, a curadoria de bandas fica por conta de A.P., vocalista do grupo Cabruêra. Em conversa com o organizador do encontro para a Nova Consciência, o argumento para que A.P. esteja na curadoria do palco por quase 10 anos é que “ele tem muitos amigos e conhece muitas pessoas. Assim, ele pode chamar bandas legais e profissionais. Confiamos nos contatos dele. Ele sempre traz atrações diferenciadas para o festival”.

---

<sup>25</sup> Quanto aos coletivos de cultura, reservo parte da discussão no último capítulo.

Existem muitos conflitos entre grupos locais por considerarem injusta esta política de curadoria elaborada por A.P. (que já é uma reprodução do que ocorre em outros espaços que ele conhece no Brasil). Para ele, este pessoal que reclama ainda não atingiu a maturidade profissional para dividir palcos com grupos maiores. “O pessoal precisa se profissionalizar mais”.

Assim, A.P. (talvez o principal personagem do mercado ‘independente’ paraibano) tem nas mãos um elemento importante de negociação que é o festival. Com o festival, ele pode trazer grupos de posições estratégicas na rede da música “independente” e agenciar novos contatos ou reafirmar outros. Ao mesmo tempo, o grupo do qual participa tanto como vocalista como produtor, o Cabruêra, também ganha notoriedade na rede e conquista novos espaços.

O músico-produtor do Cabruêra faz um tráfego constante entre as cidades de Campina Grande e João Pessoa. Apesar de seu grupo, ser originado na primeira cidade, hoje ele reside na capital. Com isso, A.P. consegue dialogar mais facilmente com as prefeituras dos dois municípios e com o governo estadual. Sobre este aspecto, os produtores afirmam que a política partidária na Paraíba, de certa forma, define quem está no palco. A maneira que o investimento em cultura é feito depende da conduta de duas forças dicotômicas, representados em dois partidos políticos: o PSDB e o PMDB.

Em Campina Grande, a prefeitura é do mesmo partido que o governo do estado, que é contrário ao partido da prefeitura municipal de João Pessoa. Esta disputa interfere diretamente nos eventos financiados pelo poder público. Em alguns casos, festivais e eventos como o Encontro para a Nova Consciência deixaram de ocorrer devido a problemas com patrocínios do governo do estado e da prefeitura municipal de Campina Grande. Assim, alguns produtores tentam se inserir junto com esta disputa, para também conquistar alguma posição.

No caso de A. P., ele tem fácil acesso a ambas as prefeituras e consegue apoio em ambas as cidades. É um dos poucos que possui esta qualidade. Por exemplo, o músico-produtor consegue apoio da prefeitura municipal de Campina Grande para tocar no Maior São João do mundo, e ao mesmo tempo toca no festival estação nordeste produzido pela prefeitura municipal de João Pessoa, que ocorre no verão. Ainda consegue tocar em outros

municípios menores como Bananeiras, Souza e Patos, onde ocorrem pequenos eventos promovidos geralmente por prefeituras e pequenas entidades. Com isso, consegue fazer girar a sua música pelo estado, sem precisar tocar nas rádios locais ou aparecer na TV.

Este poder de persuasão com o poder público não é característica primária da figura do músico-criador, e sim do produtor, que agencia shows e a carreira do primeiro. Porém, A.P. conseguiu se instruir nas duas funções, uma tendência no mercado “independente” da música. Se antes, com a indústria fonográfica, existia a figura do produtor dissociado do trabalho do músico, tendo uma relativa dominação do primeiro em função do segundo, hoje a tendência é o músico também ser produtor, pois assim, tem a oportunidade de acompanhar várias etapas da cadeia produtiva da sua música e ter mais independência para gerenciar sua carreira e elaborar estratégias de mercado.

Na Paraíba, a quantidade de produtores profissionais, que sobrevivem de produção cultural, é de contar nos dedos. O estado carece de profissionalização em várias funções específicas, fundamentais para a racionalização da produção de música. Com a quebra do mercado fonográfico, a configuração do trabalho na indústria cultural também se partiu e assim, parece que estamos passando por um momento de experimentações.

O músico que não é músico-produtor, ou seja, aquele que ainda não racionalizou o processo produtivo de música e seus mecanismos de desenvolvimento, costuma brigar com produtores. No debate em torno dos festivais, por exemplo, os músicos afirmam que não são bem remunerados, enquanto que o festival tem apoio governamental. Assim, um dos elementos-chave para esta disputa entre músicos e produtores ocorre efetivamente no âmbito das relações entre produtores e poder público, o que joga o músico “para fora” deste debate. Este tema será abordado no próximo bloco, sobre os festivais de música “independente” no Brasil. No momento, o que importa para nós é perceber como esta tensão vem impulsionando cada vez mais o desenvolvimento e a padronização da figura “músico-produtor”, que contribui para a formação um mercado com oportunidades desiguais.

Mas voltando ao Forró Esferográfico, esta música é, na verdade, uma invenção do Cabruêra. No início, antes de formar o grupo, seus integrantes participaram de outro, chamado “O tato”. Com ensaios no CA da faculdade de ciências sociais e no DCE da

antiga Universidade Federal da Paraíba, Campus Campina Grande – hoje, a Universidade Federal de Campina Grande -, o Tato se caracterizava por experimentar sons diferenciados em instrumentos comuns.

Num destes experimentos, o vocalista de hoje percebeu que tocar o violão de maneira incomum, serrando as suas cordas com uma caneta de marca *Bic*, seu som se aproximaria de uma rabeca mais grave. Hoje, este som é referência da identidade musical do grupo Cabruêra. Sempre que é tocada nos shows, o público dança muito forró. Nesta noite, o centro histórico se transformou numa grande sala de reboco. Porém, quando menos se espera, o som ganha peso e a música se torna um *rock*, perdurando até o seu fim.

Novamente o vocalista anuncia o novo disco do grupo, chamado “Visagem”. Este é o quarto álbum do grupo, produzido com o patrocínio da Petrobrás, conseguido através de um edital de lei de incentivo à cultura. O disco deveria ter saído alguns meses antes, porém, devido à greve que houve na empresa, os projetos deste edital atrasaram, impossibilitando que o grupo lançasse antes. Grande parte das músicas deste disco já estava sendo tocada ao vivo, o que reduz o seu caráter de novidade. Porém, agora lançado, o grupo tem a oportunidade de comercializar suas músicas e enfim selar mais um canal da cadeia produtiva da música, que é a distribuição de discos.

Apesar de toda a informatização, o disco ainda assume um papel importante no universo “independente” paraibano, pois funciona como referência de legitimação e profissionalismo. Inclusive o cachê das bandas é baseado na quantidade de discos lançados pelo grupo. É uma indicação da experiência e do grau de reconhecimento que esta musicalidade tem no mercado. Obviamente isto não é uma regra, pois há bandas que conseguem em um único disco criar condições de legitimação e sustento na rede “alternativa”, como o Cordel do Fogo Encantado.

No caso do Cabruêra, havia um desgosto por parte de seu público, já que o grupo não lançava um disco a mais de quatro anos. O anterior, terceiro disco do grupo, não foi bem visto pelos críticos nem mesmo pelos próprios fãs, pois é marcado pelo rompimento da formação original do grupo, o que levou naturalmente a reformulação da banda como um todo, principalmente da sua música. Quanto a este fato, é importante darmos uma maior atenção a ela e retomar um pouco da história do grupo, para compreender as forças

individuais que participam do interior de uma banda. Veremos isto no próximo tópico deste capítulo.

Retornando ao show, o vocalista aproveita a divulgação do último álbum do grupo para tocar a música tema do disco, “Visagem”. A música é uma mistura de Ska<sup>26</sup> com arrastão, ritmo característico em quadrilhas. A música é muito agitada e tem como sequência a música pau-de-arara, de Luiz Gonzaga, uma versão em Ska com baião. O violão está todo suado e cheio de marcas. No término da música, o baixista agradece ao coletivo mundo, responsável pelo festival Grito Rock – João Pessoa, e ao público. Elabora um pequeno discurso sobre a importância do evento e de ter música de graça em praça pública. O público bate palmas. O show parece chegar ao fim. Mas o vocalista finaliza cantando “Passarada” novamente e depois se retira do palco. São 3:25 da manhã. O baterista solta um côco-de-roda no *sampler*. Após algum tempo, o vocalista volta para o bis. Todos os músicos também retornam e começam a tocar a música “olha o doce de côco”. Enquanto isso, o vocalista distribui adesivos e CD’s para o público.

A última música do bis é “Bendito de São José”. O público não vai embora. Uns sobem nas costas dos outros e ficam na beira do palco pulando uns em cima dos outros. Alguém cai no chão e rapidamente se levanta, para pular novamente. Por fim, depois de duas músicas no “bis”, o show termina. O vocalista chama todos os outros integrantes do grupo para agradecer e começa a cantar a música “Passarada”, novamente. Chama o R.L., membro do coletivo Mundo e a banda anterior que tocou no mesmo palco, antes do Cabruêra. O público começa a bater no palco. O R.L. faz um discurso no final sobre o evento e agradece a todos. Termina o espetáculo.

Enquanto o público se retira, os músicos vão organizando as suas ferramentas de trabalho. Enquanto o público vai procurar um *after*<sup>27</sup> ou descanso, os profissionais têm que desmontar o espetáculo. O cachê do Cabruêra foi relativamente pequeno: mil reais por três shows na capital paraibana, fazendo parte de um projeto circuito de bandas em praças públicas na cidade. Após tudo desmontado, os grupos que tocaram no evento e outros

---

<sup>26</sup> Ritmo musical com origem na Jamaica. A forma de tocar lembra um reggae mais rápido.

<sup>27</sup> Significa uma festa ou local que começa após algum show ou festival. O *after* pode ser num apartamento, no meio da rua, na praia ou em outra casa de show.

produtores “trocam uma idéia” e avaliam a noite, aproveitando para conversar sobre possíveis projetos entre si. É um momento importante de firmar contatos e parcerias.

Hora de ir para casa. O baterista pega uma carona com o baixista. O guitarrista não tem como ir pra sua residência, localizada num bairro universitário. Fica perguntando pela praça: “alguém vai para os bancários?”. O vocalista-produtor responde. “Tenho aqui uns 20 reais daqueles discos, você quer para voltar para casa?”. O guitarrista finalmente arruma uma carona com o produtor do evento R.L.. O vocalista, músico-produtor do grupo, tem uma moto e se despede de todos.

### *Banda é igual a casamento?*

Assim como a maioria das bandas independentes da Paraíba, o Cabruêra surgiu com as convivências e trocas de conhecimento da vida universitária, um ambiente propício para a experimentação de trabalhos autorais. Apesar de longas, estas palavras são necessárias para apreendemos estas relações e compreender como as inspirações e as influências pessoais são importantes na construção da identidade musical do grupo. O surgimento do grupo ocorreu do seguinte modo:

“Eu tocava cover de rock nacional, rock internacional, algumas coisas de MPB, mas desde os primeiros trabalhos, a gente procurava dar uma releitura das músicas, não ser fiel à original, mas sempre dar outra leitura e tal. E aí participei de alguns grupos, e quando entrei na universidade, participei, a gente formou um grupo chamado “Antropological Blues, e a gente fazia sociologia, e tinha um músico que fazia sociologia também, que era Paulo neto, do Piauí... ele tinha um trabalho autorais, mais de MPB, nessa época eu tocava teclado, que eu comecei a tocar piano e depois comecei a tocar violão e tal e cantar, mas eu tocava teclado nessa época, e aí ele precisava de um grupo pra acompanhar ele na terra natal dele, são Raimundo Donato, e foi aí que eu conheci o O.F. que tocava baixo na primeira formação da cabruêra e o F.G. também que tocava percussão que acompanhava Paulo neto,

dessa formação nasceu o “Antropological Blues” que fazia releituras de músicas de rock, MPB, reggae e tocava no circuito de barzinhos à noite. Depois a antropological se desfez e eu montei um outro projeto chamado “a Pedra”, que era no formato de reggae, mas a gente pegava músicas de rock, de MPB e transformava em reggae, também com O.F. e com F.G.. Esse grupo durou um tempo, e depois a gente começou a fazer umas experimentações com percussão dentro do lá CA de sociologia e participava muita gente, era um trabalho mais aberto, experimental. A gente fez um formato que a gente chamou de “O Tato” em que a gente já experimentava tirar som de outras coisas e tal e misturar percussão com efeitos no violão. A gente fez um show numa calourada de Comunicação Social, esse projeto durou muito pouco, mas foi o germe que veio a nascer a cabruêra depois. (...) E aí veio o nome, teve várias opções de nome e a gente achou que esse era o que tinha mais haver com a identidade que marcava o nordeste, por causa da história dos cabra, né, da cabruêra ser um bando de cabras, os cangaceiros, e a gente começou a ensaiar lá no CA de sociologia e depois passou pro DCE e agente antes de fazer o primeiro show que foi numa calourada de comunicação em 1998, a gente ensaiou durante quase um ano... preparando repertório autoral e que fazia essa relação da música tradicional, da cultura popular, deste universo influenciado por Luis gonzaga e por Jackson do pandeiro com aquilo que a gente já tinha de carga musical né, do rock, do reggae, e foi ali no CA de sociologia que a gente começou a formatar as primeiras músicas, depois pro DCE. E é interessante que a gente já levava público pra universidade no final de semana, assim, já não tinha nada na universidade, mas durante os ensaios já ia o público para acompanhar. E a gente ensaiava no anfiteatro do DCE e quase um ano depois a gente veio estrear na faculdade de comunicação.”

De acordo com o depoimento, podemos destacar a importância da universidade para a formação do mercado da música “independente” paraibana, pois além de criar um espaço de produção também se tornou, em Campina Grande por exemplo, um ambiente de consumo. E por ser um público rotativo, que dura um determinado período na cidade e depois se dissipa, os grupos precisam constantemente trabalhar para a reprodução de seu

capital simbólico. É importante estar sempre nos melhores festivais, na mídia local e nacional e fazer algumas turnês internacionais para preservar o valor de consumo e de legitimação das formas musicais produzidas pelos grupos. A trajetória do Cabruêra demonstra muito bem esta dinâmica.

Apesar de já desenvolver um público consumidor nas universidades, estas condições de circulação e distribuição são muito restritas, sendo necessário alcançar instâncias superiores para a legitimação de suas músicas autorais. O grande salto do Cabruêra ocorreu com o convite de um produtor de uma grande gravadora, a BMG, para participar de um disco gravado ao vivo no parque do povo, em pleno “Maior São João do Mundo” – festa junina campinense que atrai milhares de turistas todos os anos – junto com ícones do forró como Elba Ramalho, Zé Ramalho, Dominginhos e outros. A partir de então foi se construindo uma rede de contatos e de articulações que ergueu o Cabruêra ao mercado internacional:

“(…) A gente tava ensaiando e um produtor que tava fazendo a produção de um disco da BMG que ia ser gravado ao vivo no parque do povo com ícones do forró como Elba Ramalho, Zé ramalho e com grandes medalhões, marinês e Dominginhos, ouviu falar da cabruêra, foi ver o ensaio, se interessou pela banda e convidou a gente pra participar da gravação do disco como uma banda nova e tal, e aí a gente acabou fazendo essa gravação ao vivo no parque do povo, a música que entrou foi forró esferográfico, que foi uma música que marcou o início da banda por essa questão experimental de usar a caneta pra tocar o violão simulando uma rabeca, que é um instrumento muito próprio, típico daqui do nordeste. E nessa mesma noite que a gente gravou no parque do povo, a gente teve a oportunidade de ser visto pelo Paulo André, que é o produtor do Abril pro Rock, e tinha sido produtor do Chico Science e nação zumbi, e que na época trabalhava com o Cascabulho. E o Cascabulho também estava participando dessa gravação, e o Paulo quando viu a Cabruêra convidou a gente para fazer o Abril pro Rock do outro ano, que seria o ano 2000, esse show no parque foi em 1999. E quando a gente fez o abril pro rock aí já teve um convite para fazer uma primeira turnê pela Europa e,

depois dessa turnê, (...) a gente abriu espaço no mercado e passou a viajar quase todos os anos fazendo turnê.”

Como já foi dito, o Abril Pro Rock<sup>28</sup> é um dos mais importantes festivais de música independente no Brasil e, conseqüentemente, tornou-se elemento de legitimação da música independente, efetivamente aquela cuja característica fundamental é a apropriação de formas simbólicas<sup>29</sup> categorizadas como “cultura popular” ou “folclore nordestino”, inclusive pelo mercado. Este acontecimento tornou o Cabruêra reconhecido pelo mercado e impulsionou sua primeira turnê pela Europa no ano seguinte, tocando em festivais na Bélgica, Alemanha, Inglaterra e Portugal.

Ao mesmo tempo, podemos destacar nas palavras de A.P. as relações entre o mercado “independente” e o *mainstream*, as quais funcionam como uma espécie de jogo, que permite a renovação do segundo em favorecimento do primeiro. Cabruêra fez a sua primeira turnê dentro do que chamamos de mercado da *world music*, que apresenta condições de crescimento de bandas e grupos folclóricos minoritários na medida em que festivais europeus estabeleceram o consumo de tipo de música.

Neste mesmo ano, foi lançado seu primeiro disco, intitulado “Cabruêra”. A produção foi independente, ou seja, livre de apoio de grandes empresas, de leis de incentivos à cultura ou outro patrocinador qualquer. Os seis integrantes custearam todas as despesas. As músicas são profundamente influenciadas pelo cancionário nordestino, pelo côco, a embolada e o forró. O som do primeiro disco apresenta uma organicidade gerada pela utilização de instrumentos acústicos percussivos como pandeiro, triângulo, ganzás, zabumba, atabaques e dos instrumentos harmoniosos como fole de “oito baixos”, violões, pífanos e a própria cantoria, elementos usados na mistura de côco, embolada, forró (baião) e maracatu.

---

<sup>28</sup> O festival Abril Pro Rock ocorre anualmente desde 1993, no mês de Abril, em Recife, Pernambuco. O evento se tornou referência nacional por ter em sua programação nomes da cena independente nacional e internacional, e por revelar grandes nomes, como Chico Science & Nação Zumbi, Mundo Livre AS e outros.

<sup>29</sup> Thompson, 1996.

O primeiro disco do grupo indica uma maior influência dos aspectos peculiares de uma cultura local, legitimada como tal por outros grupos e nomes consagrados da indústria cultural como Jackson do pandeiro, Luis Gonzaga e Chico Science, do que propriamente de uma cultura global, inspirada principalmente no rock, no jazz e na música eletrônica: uma musicalidade marcada, sobretudo, pela utilização de distorções, guitarras, computadores, *samples* e sintetizadores. Todavia, o grupo já dispõe neste trabalho o uso de efeitos como *flanger*, *reverbs* e *chorus*<sup>30</sup>, responsáveis por ambientar a sonoridade dos instrumentos, mas nada exagerado. As letras criam um ar nostálgico, mas ao mesmo tempo identificam a mistura de ritmos. Também há interpretações de poesias ambientadas com músicas de cena. O mesmo disco foi relançado nacionalmente em 2001, pela Nikita Music e também nos EUA e Canadá pela Alula Records. No mesmo ano, o grupo recebeu o Kikito de “Melhor Trilha Sonora” no Festival de Gramado, pelo arranjo de uma de suas músicas para o curta-metragem “A Canga”, do diretor paraibano Marcus Vilar.

Em 2002 o grupo fixou residência no Rio de Janeiro e fez temporada de shows na casa de shows *Ballroom* recebendo convidados para *jams sessions*<sup>31</sup>, como Velha Guarda da Mangueira, Lenine, Seu Jorge, Jorge Mautner, Paulinho Moska, Lobão, Fernanda Porto, Otto entre outros. Segundo os entrevistados, foi um momento muito bom para o grupo, mas ao mesmo tempo muito difícil de manter. Em 2003 o grupo representou o Brasil, no maior evento da indústria fonográfica mundial, o MIDEM em Cannes. A folha de São Paulo destacou o show do Cabruêra como o ponto alto do evento. Neste mesmo ano o grupo voltou a Europa mais duas vezes para uma série de shows, tocando em festivais na França (Amiens Jazz Festival), na Holanda (Dunya Festival) e na Alemanha. A banda também integrou coletâneas que saíram na França (Posto Nove 3 e Vibrations), em Portugal (Brazil Lounge 1 e 2) Alemanha (Sons da Terra) e Japão (Nordeste Atômico).

O rock era reproduzido na zabumba e no tarol, a caneta *bic* dava mais intensidade para o violão. Para o contrabaixo, uma lixa de unha associada a pedais de efeito, produzia espacialidade na música. De acordo com F.G., “estes arranjos foram produzidos em grupo,

---

<sup>30</sup> Processador de efeito que dobra o som do instrumento;

<sup>31</sup> Termo originado no jazz, no qual os músicos se reuniam para improvisar sobre determinados temas musicais. A regra para o improviso é respeitar o espaço dos outros participantes, para que cada um tenha a sua vez.

e cada um ali dava um pouco de si para a música”. O apelo regional também foi fundamental para que o Cabruêra se encaixasse no mercado mundial, conhecido como “*world music*”.

Ao mesmo tempo, o grupo parecia mais versátil com o uso de elementos cênicos e algumas encenações poéticas, ou poesias encenadas. Em entrevista com o público de sua geração, é comum perceber a imagem nostálgica da época em que o Cabruêra entrava no palco com uma carroça. O baixista do grupo lembrou a cena e até sorriu lembrando que o cavalo que puxava a carroça havia defecado em frente ao palco, em uma de suas apresentações. Um dos integrantes, zabumbeiro e responsável por outros elementos percussivos além das vozes em determinadas músicas, era o elemento desta linguagem nos shows. De acordo com um ouvinte do grupo, se destacavam a “recitação musicada” de poesias nos espetáculos neste período:

### **Nada pára o Pedro**

Quando olho aquela terra  
Vejo um quadro surrealista  
Que deixa qualquer Salvador Dali  
Daqui e d'aculá, com complexo de inferioridade.  
O demônio virou brinquedo de criança.  
Eu não queria ferir a terra,  
Machucar os espinhos  
Nem agredir as rochas  
Nada...  
Pára...  
O Pedro.  
Osmar.

### **Mungazé**

A perseguição dos desejos é algo interminável  
Pois a única lei fixa no universo é o movimento

Fatores externos exercem coerção sobre o ser.  
Mas jamais tente mobiliar vosso espírito com concreto.  
Pois o concreto, em contato com as barras de ferro retorcidas  
da estrutura de nossos aleijos educacionais,  
chegará a um momento do tempo  
em que não haverá mais tempo para removê-los  
O reflexo da lua no lago é a própria lua?  
Rasguemos o Véu de Maya.  
Grandiosa é a herança que Pandora nos deixou  
Imaginar, não dá dor de cabeça

O segundo disco do grupo foi lançado nacionalmente em 2004 com o título "O Samba da Minha Terra", também pela Nikita Music. Traz muitas novidades em relação ao primeiro, incluindo duas faixas remixadas por dois Dj's de outros países, a utilização de *samples*, como a voz de Zabé da Loca numa faixa dedicada a ela, e sons sintetizados, além de uma influência do jazz, do *funk*, do *rock* e da música eletrônica mais presentes do que no primeiro disco. Mas ainda há faixas cujo forró, maracatu, ciranda-de-roda e côco são mais enfatizados que outros estilos. Inclusive há novas versões de músicas famosas como "é proibido cochilar", interpretada pelo grupo de forró "Os três do nordeste". Em 2005, o disco foi relançado internacionalmente pela Piranha Records, um selo independente da Alemanha.

Diante da limitada oferta de títulos por parte das grandes gravadoras, os selos independentes passaram a ocupar posições cada vez mais destacadas. Entre 2000 e 2005, as gravadoras e produtores independentes foram responsáveis pelo lançamento de novos cantores e estilos, alcançando uma quantidade semelhante à das gravadoras multinacionais, mas com uma tiragem ainda restrita (Ariza, 2006).

É importante destacar que estas experiências no mercado exterior são largamente difundidas pelo grupo quando retornam para sua "terra natal", a Paraíba. É comum nas rodas de conversa o vocalista e produtor do grupo A.P. falar de histórias fascinantes em Amsterdã, de como é o clima da França, das mulheres da Inglaterra. Apresentar estas

histórias é como se comprovasse para o público quanto o grupo é inserido no mundo, ou seja, o quanto ele é mundializado. Ao mesmo tempo em que se legitima o grupo, com base nestas experiências globais, também se constrói uma relação muito parecida que o migrante possui com o povo a qual pertence. Estas memórias sobre o exterior também reafirmam o carisma do grupo, elemento importante no embate político das identidades inseridas no universo “independente” paraibano e fundamental para a espetacularização do “independente”.

O penúltimo disco do Cabruêra, intitulado “Sons da Paraíba”, foi lançado em 2005, com recursos da lei paraibana de incentivo à cultura “Augusto dos Anjos”. Devido a problemas internos, sobretudo, a divergência de opiniões sobre qual direção o grupo deveria caminhar, a sua formação original foi desmembrada. Este fator marcou uma profunda transformação na identidade musical do Cabruêra, que abandonou muitos dos instrumentos percussivos, adotando bateria, guitarras e instrumentos de metais, como o trombone. A proposta do disco era fazer releituras do cancionário popular paraibano e tinha a participação do Itambones (quarteto de trombones da Paraíba) e tem muita influência do *funk* dos anos 70, do *rock*.

Suas músicas também apresentam várias inserções de *samples* e efeitos característicos da música eletrônica. A banda também ficou mais compacta, apresentando-se com menos integrantes. A produção musical da gravação foi dividida entre os integrantes do Cabruêra e o músico multi-instrumentista E. M., mais conhecido por Chico Correa, responsável pelo grupo “Chico Correa e Eletronic Band”.

Este período foi muito conturbado para o grupo e nos serve de exemplo para questionar os limites de uma música produzida “independentemente”. Em conversa com os integrantes do grupo, ficou claro que parte dos problemas pessoais surgiu do desgaste das relações pessoais. Porém, internamente também se estabeleceu relações de poder, na medida em que, aos poucos, o vocalista do grupo foi se tornando também o seu produtor, agendando shows e articulando os contatos.

Aqui temos duas questões para apontar. Numa primeira instância, os conflitos e interesses individuais que ocorrem dentro de um grupo de música “independente” são reflexos do próprio significado que esta música tem para os músicos. De acordo com seus

produtores, Fazer música “independente” significa que há um espaço para os interesses e influências culturais individuais. Mas cada um, com base na sua experiência, assume uma posição e uma visão sobre o grupo. Idealmente, não há quem mande e quem obedeça, numa perspectiva mais empresarial. No início da trajetória destes grupos, os integrantes elaboram acordos de gestão compartilhada, na qual cada um vai assumindo uma função diferente do outro e vão, aos poucos, aprendendo a gerir o grupo profissionalmente.

Estes acordos são experimentados no simples ato de “tocar junto” ou num bate-papo informal sobre música, onde cada um pode expor as suas influências para o outro. A Cabruêra, por exemplo, começou a partir de reuniões informais e “*jam's sessions*”. Aos poucos, integrantes foram expondo suas composições, arrajando-as enquanto outros se preocupavam mais com a questão da divulgação e distribuição.

Porém, com o decorrer da trajetória do grupo e com a necessidade de profissionalização, o vocalista A.P. assumiu a responsabilidade de estabelecer a sua dimensão mercadológica, vendendo sua imagem para expandir mercados. Aos poucos, foi se tornando “dono do grupo”. Chegamos então à segunda questão: a relação da música “independente” com a indústria cultural.

Diante da necessidade de profissionalização e de acordo com as atribuições elaboradas pelo grupo, o vocalista A.P. necessariamente teve que incorporar a racionalidade do mercado de bens culturais para que o grupo pudesse alcançar novos horizontes e, por conseguinte, ganharem a vida como músicos. Os contratos com selos independentes, a visita em festivais, e a aparição em programas televisivos de rede nacional como o Som Brasil da TV Globo são exemplos de como o mercado “independente” se relaciona com a chamada “indústria cultural”.

De acordo com outro integrante, o violonista F.G., isto foi ocorrendo naturalmente ao longo da trajetória do grupo, não houve votação ou seleção, pois cada integrante foi ocupando determinados cargos na formação da banda-empresa. No caso do violonista, seu papel era coordenar arranjos no grupo. Chegou até a reclamar que muitos deixaram de estudar música e de tentar melhorar como instrumentista. Hoje, depois de deixar o grupo, estuda violão no curso de bacharelado em música na Universidade Federal de Campina Grande.

O processo de racionalização produtiva da música afetou consideravelmente o envolvimento de seus integrantes com a música. Isto nos mostra que os mecanismos de padronização necessários para a manutenção e desenvolvimento do grupo se sobrepõem às vontades individuais, contrariando novamente as “leis ideais” da criação na música independente. Não é a toa que, assim que o grupo “rachou”, a música do Cabruêra se transformou consideravelmente, caminhando para um mercado mais “*indie*”<sup>32</sup>. Antes o mercado de *world music* era mais interessante para o grupo. Agora, as influências internacionais, principalmente o ska, pareciam tomar conta de sua musicalidade.

A transformação do Cabruêra levou muitos críticos a intitular o grupo de “música para exportação”<sup>33</sup>, pois o seu formato atendia a padrões de festivais internacionais de rock e feiras de música. Ao mesmo tempo, os fãs estranharam a novidade e muitos comentam que o grupo já não era mais como antes, pois “se venderam para o mercado”. Algumas opiniões se divergem:

**Entrevistado 1:**

“Antigamente eu considerava um som regional, voltado mais para a cultura paraibana mesmo. Hoje em dia está com um som bem mais eletrônico, voltado mais para atingir a massa mesmo. Eu vejo assim, que eles procuraram adotar uma postura para agradar mais pessoas, incluíram uma batida punk e um som que, digamos assim, “impregna” mais na cabeça da galera”.

**Entrevistado 2:**

“É um som muito louco, diferente, mas que se tornou mais pegajoso, mais voltado para a massa mesmo. Levando em consideração o tempo de carreira deles e o objetivo de qualquer banda, que é atingir a massa mesmo”.

---

<sup>32</sup> O mercado “indie” é o mercado de bandas de rock independente mundial.

<sup>33</sup> Por Hugo Morais em <http://www.oimigo.com/blog/?p=4346>

“Para mim é o som que gruda na cabeça. O cara escuta, viaja no som... Até hoje eu gosto. Desde antigamente até agora para mim sempre agradou. Se houve diferença, para mim tanto faz”.

**Entrevistado 3:**

“Eu ainda acho bem regional, só que o som evoluiu”.

Estas opiniões se devem também a compactação estética das músicas novas do grupo. Se nos discos anteriores era possível ouvir poesias complexas, recitadas e encenadas nos shows, no disco “Sons na Paraíba” se ouve poucas palavras e muita repetição. Isto também se deve a proposta do grupo de fazer releituras do cancionero popular nordestino, que tem como característica frases curtas e pequenas estrofes, mas foi interpretado pelos consumidores como um mecanismo de massificação:

**Eu pisei na pedra  
(domínio público)**

Eu pisei na pedra  
A pedra gemeu  
A água tem veneno ô morena  
Quem bebeu morreu  
Quero bem  
Quero bem  
Quero bem mas não posso te amar.

**Samba Negro**  
**(Domínio Público)**

Eu vou rachar os pés de tanto sapatear  
De dia tá no açoite de noite pra batucar  
Samba negro branco não vem cá  
Se vier pau há de levar  
Negro trabalhava muito e dormia bem pouquinho  
Apanhava de chicote carregando o sinhozinho

**Chuva chovendo**  
**(Domínio público)**

Olha a chuva chovendo a goteira pingando  
Mamãe abre a porta que eu tô me molhando  
Eu tô eu tô  
Tô me molhando

Os atores também relatam que as influências individuais, o que os outros integrantes ouviam, seus timbres criados nas formas inusitadas de se tocar o instrumento, se perderam junto com a desintegração do grupo. Isto levou posteriormente ao vocalista, único integrante da primeira formação e hoje, praticamente o dono da marca “Cabruêra”, a contratar instrumentistas para explorar suas idéias, na tentativa de preencher estes valores individuais que continham no grupo.

Isto parece evidenciar uma contradição nos valores estabelecidos no campo, já que muitos destes elementos, criticados pelo público e pela imprensa, já existiam na musicalidade do cabruêra desde o primeiro disco, porém com pouca ênfase. O rock parece ser considerado mais comercial que o forró. Porém, sem a sua reformulação elaborada a partir do hibridismo entre ambos, não parecia se inserir dentro do universo independente. As estruturas edificadas nos anos 1990 pelo mercado do manguebeat têm um papel

importante neste processo, já que muitos jovens daquela década consumiam a sua musicalidade híbrida e mundializada e, portanto, já havia a consolidação de determinadas formas musicais na rede de circulação e produção de música, difundidas durante o movimento pernambucano.

Neste período, muitos músicos circularam no grupo e parecia difícil construir uma nova formação que fosse sólida e conjunta como o início do Cabruêra. Um dos integrantes afirma que a causa de sua saída no grupo foi a questão financeira, pois “Não dava pra sobreviver tocando”. Esta também foi a mesma resposta de E.M., que passou uma temporada acompanhando o grupo após a gravação de “Sons da Paraíba”. Para ele, não dava para viver só de jornais. Num desabafo, ele comentou que, após um show em Cuiabá, no festival Calango, o grupo não tinha dinheiro nem para voltar para casa, pois pago praticamente toda a viagem para poder tocar no festival, que é reconhecido nacionalmente e, portanto, traria visibilidade para o grupo.

Hoje, com o lançamento do último disco, o “Visagem”, o Cabruêra parece ter finalmente encontrado uma nova formação. Conseqüentemente, um novo formato de produção musical. O disco é financiado pela Petrobrás e resgata um pouco do clima dos primeiros discos. A produção musical é de João Parahyba, ex- integrante do trio mocotó e foi gravado num poderoso estúdio de Recife. Aos poucos, o grupo vem reconquistando seus fãs e descobrindo outros.

## *Produzindo um “baile moderno”*

A produção cultural da “cena independente” não é feita apenas por músicos e músicos-produtores. Existem pequenas produtoras de eventos que também são responsáveis pela circulação e distribuição de música na Paraíba. São donos de bares, grupos de estudantes universitários ou pessoas que possuem no discurso a defesa e o desenvolvimento da cultura.

Em Campina Grande, existem dois pontos centrais de encontro entre jovens interessados pelo universo “independente” paraibano: o “Bronx Bar” e o “Pocoloco Bar”, conhecido popularmente como “Bar do Tenebra”. Enquanto o primeiro funciona mais como casa de shows, com uma capacidade para 250 pessoas, o segundo funciona na calçada de uma avenida, em frente ao Parque do Povo. Por esta razão, o Bar do Tenebra funciona basicamente como um tipo de “rádio”, fazendo seleção de músicas que o dono e seu público gostam. A lista de artistas é imensa e envolve desde bandas como Cabruêra a Bille Holiday, passando por Adoniran Barbosa e Jorge Ben.

O Bronx funciona para eventos pequenos e geralmente tem uma programação diversificada. No geral, o *rock* internacional é o estilo mais tocado no bar. As bandas que lá freqüentam também seguem esta linha. Geralmente o público campinense chega mais cedo no Bar do Tenebra para conversar nas mesas dispostas na calçada, tomar cervejas e se “aquecer” para depois ir ver os shows nos Bronx Bar. Este circuito ficou conhecido pelo pessoal de “TeneBronx” e muitos resumem a noite campinense a este movimento de bares.

Em João Pessoa, apesar de haver alguns bares próximos à orla marítima, como o Bebe blues Come Jazz e o Marley’s, o circuito alternativo funciona mesmo no centro histórico. Num dos diversos eventos observados, uma festa intitulada “Baile Muderno”, talvez tenha sido o evento que mais chamou atenção para a pesquisa, pois os agentes racionalizaram a produção da festa, um espaço lúdico e imaginativo, propícia à subjetividade e identificação de uma tradição compartilhada, a partir de elementos como o espaço, a música e a publicidade, contornados pelo conceito geral do evento: a cultura local modernizada.

A festa “baile moderno” ocorreu no dia 12 de dezembro de 2008 e foi realizado pela produtora de eventos “Seu Cosme”. Apresentaram-se os maiores grupos musicais do estado, o Cabruêra e o Chico Correia e *eletrônica band* de João Pessoa-PB, cujo nome refere-se ao grupo de *fusion jazz* formada pelo pianista Chick Corea e sua *eletrônica band*, em meados da década de 70. Além disso, um grupo de discotecagem, o Volante Filipéia, formado por um DJ e um VJ<sup>34</sup> complementaram a programação da festa, incorporando novas linguagens e ambientações em áudio e imagem.

A produtora “Seu Cosme” é relativamente nova no circuito de produção de eventos de João Pessoa. Formada por três garotas estudantes de arquitetura, começou suas atividades por acaso, como aponta a entrevistada N.A.:

“Éramos seis amigos estudantes de arquitetura prestes a sair do país rumo à Europa para um intercâmbio. Resolvemos fazer uma festa de despedida e decidimos que seria no centro histórico. O que era pra ser uma festinha de amigos acabou tomando maiores proporções a partir de um contato que nos fez montar uma programação com bandas locais. Convidei Caru, uma amiga, pra nos ajudar, já que tinha experiência de produção de festas. Sua banda de reggae, a Emboscada, juntamente com a Sonora SambaGroove, a Caronas do Opala e o grupo de expressões populares Rede de Arrasto formaram então a programação da noite. Com viagem marcada pra setembro, a festa foi programada para o dia 16 de agosto de 2008, de onde partiu a idéia para o nome da festa: AGOSTOPRATUDO. E resolvemos investir na sua produção e divulgação. O café da manhã foi o diferencial que se tornou uma marca registrada das produções de Seu Cosme. Mas não éramos ainda uma produtora. A viagem deu pra trás pra quatro de nós. Bem, isso foi um grande choque, dada a proximidade da data. Mas enfim, a festa deu muito certo e, superada a decepção da ‘não-viagem’, eu, Lídia e Caru decidimos dar continuidade à proposta. A convivência aumentou muito nossa amizade e começamos a brincar com a conspiração cósmica nas nossas vidas, explicando ironicamente como tudo parecia acontecer entrelaçadamente em

---

<sup>34</sup> Responsável por editar imagens ao vivo e expô-las num telão, sincronizando-as com a música ambiente.

vários campos com tantas coincidências. Vez ou outra surgia uma situação em que eu dava nome ao cosmos: “olhai Seu Cosme trabalhando a nosso favor”, ou coisas desse tipo. Ao montar a próxima festa, precisávamos de um nome pra que nos firmássemos efetivamente, sendo este aceito de cara”.

De acordo com N.A., a partir da necessidade de se ingressar no circuito pessoense de produção de eventos, a produtora “Seu Cosme” “buscou se adaptar ao contexto cultural, procurando inovar nas atrações, mesclar atrações locais com de estados vizinhos, de forma que nos preocupamos em diversificar o repertório do que sempre vinha sendo feito na cidade. O próximo mote foi o dia de finados, e para um festa chamada “Aos Vivos”, em 31 de outubro de 2008, trouxemos de Recife a banda DizMaia, num tributo a Tim Maia. A banda Emboscada e o Dj Guirraiz completaram a programação, que contava sempre com o café da manhã ao raiar do dia. E assim definimos que as festas aconteceriam com intervalo de cerca de dois meses, acontecendo alternadamente “mês-sim, mês-não”.

Como podemos verificar, não há uma repetição de estilos nas atrações promovidas pela produtora “Seu Cosme”. Inclusive, como N.A. aponta, existe uma preocupação em diversificar o repertório e de promover uma espécie de intercâmbio cultural. Isso denota mais uma vez a complexidade do termo “alternativo” e “independente” em nossa pesquisa, pois não corresponde necessariamente a um estilo musical, mas sim a um determinado meio de produção e de consumo destas formas simbólicas. Este conceito é fortemente associado à contracultura, pelo fato de não agregar os grandes meios de informação e por não ter um apoio financeiro de grandes empresas, preocupadas em atingir grandes públicos. Mas também passou a ser um rótulo de consumo que demarca e legitima a identidade do que é “alternativo” ou não.

Sobre o “Baile Muderno”, N.A. destaca:

“Precisávamos montar uma programação para dezembro, seguindo sempre a idéia de *encaixar duas bandas e uma discotecagem*. Dentre as possíveis montagens estava a ChicoCorrea & Electronic Band, com a Cabruêra e discotecagem da Volante Filipéia. Boa parte dos integrantes da CCEB já eram amigos. Larissa, então vocalista, é arquiteta, estudamos juntas e ela estava

com viagem programada para o início do ano. *Optamos por encerrar a agenda de 2008 com duas das atrações locais de maior projeção nacional e de grande perspectiva internacional, mas que admiravelmente nunca haviam tocado na mesma noite em um evento em João Pessoa. É sempre especial trabalhar com amigos. Tenho por todos verdadeiro carinho. Com alguns integrantes de pouco contato ficou uma agradável relação de respeito, e com alguns que conheci por causa da festa mantenho contato até hoje*".

Os grifos destacam duas características próprias do evento em João Pessoa. Primeiro, a necessidade de estabelecer uma programação cujas formas simbólicas são legitimadas no âmbito da mundialização da cultura (Ortiz: 2007) e, segundo, as relações entre agentes criativos e agentes promotores (ou reprodutores) destas formas. De fato, no interior deste campo, os indivíduos se relacionam para além das relações estabelecidas pela economia da cultura, o que fortalece uma identificação de pertencimento a um grupo "independente", no qual cada um faz a sua parte em prol de uma possível "causa", que é o fortalecimento da cultura nacional. Por outro lado, apesar de serem bandas muito reconhecidas, do baixista do CCEB ser ex-integrante do Cabruêra e do Esmeraldo (o próprio Chico Correa) ter produzido um dos discos do grupo, os dois nunca haviam tocado juntos na capital.

O local da festa também tem sua peculiaridade: o bar "Intoca", situado no centro histórico de João Pessoa - PB, no Largo da Igreja São Frei Pedro Gonçalves. A localização no centro histórico permite o contato com os casarões antigos que narram a história da cidade, e uma paisagem que oferece vistas ao Rio Sanhauá. De acordo com uma das produtoras da festa entrevistada, é importante movimentar o centro "Porque é lá o berço de todo o movimento. É muito bom ver aquele local cheio de gente".

O nome "Baile moderno" corresponde ao título de uma música do grupo Chico Correa e Eletronic Band, composta por Jonathas Falcão, que, para a entrevistada N.A., "expressa bem o paradoxo de idéias contidas tanto na proposta da banda quanto na letra da música, como quando diz: 'em meio a mudernagem, vai rolar corpo selvagem'. Não havia nome melhor para a festa". O próprio 'baile', por ser 'moderno', já sugere o cenário para

apresentação de bandas que incorporam aspectos da cultura regional com elementos de uma cultura mundializada. Abaixo segue alguns trechos da música:

*Ô Nana, vem mais eu  
Dançar num baile muderno  
Ô Nana, vem mais eu  
A noite tá me chamando  
Ô Nana, vem mais eu  
Teu amor se foi no mundo  
Ô Nana, vem mais eu  
Não fique em casa chorando  
Eu vou ligar na tomada  
34 auto-falantes  
Ah de se ouvir distante  
A radiola encantada*

*Hoje ao entrar madrugada  
Pode anotar no caderno  
No giro do eixo interno  
É minha(?) a voz de conquista  
Se abro, chegue pra pista  
Que isso é um baile muderno  
(...)*

*No rodopio do dia  
A agulha não sai do disco  
Traz na sacola de disco  
Não esquece o cd de dia*

*Hoje ao fim da tardezinha  
Em meio a mudernagem  
Vai rolar corpo selvagem  
Domesticado na unha*

*Troco um trocado na cúia*

*Ele terá alcançado*

(...)

Os ingressos tinham preços diferenciados: R\$ 5,00 até 00hs e a partir daí, era cobrado R\$ 7,00. De acordo com a produção do evento, é uma forma de estimular as pessoas a entrarem mais cedo e, conseqüentemente, consumirem os produtos do bar, principal fonte de arrecadação da produtora. Às 23:30hs, o evento ainda não tinha começado. Para N.A., o público “alternativo” de João Pessoa se mal-acostumou a não pagar (ou pagar muito pouco) por seu lazer:

“Parece difícil entender que pra que você curta uma festa, muitas pessoas estão envolvidas nos bastidores, trabalhando. Sim, trabalhando! Porque o lazer do público é o trabalho de produtores, operadores de som, seguranças, músicos, etc. Tudo isso tem um custo. Por amor à arte um músico vive, ele toca por trabalho. Aqui em João Pessoa as pessoas burlam ou se recusam a pagar 3 reais de couvert num bar. Quando Seu Cosme começou, bilheteria de eventos custava 5 reais. Uma festa com duas bandas e um DJ, e ainda café da manhã, por cinco reais. Tinha quem chiasse à meia-noite quando o valor subia pra sete. Hoje a média já dobrou, mas sem patrocinadores não dá pra segurar a onda. Aí entramos em outra questão: a de conseguir patrocinadores de iniciativa privada que apoiem a causa de um tipo de festa que não faz parte do circuito da cultura massiva e não tem a projeção abrangente que requisita para sua logomarca. Não é difícil observar a diferença da quantidade de logomarcas em um panfleto de uma festa “alternativa” com a de uma calourada em uma boate na praia regada ao som de muito forró de plástico. As melhores saídas para a produção “independente” são os editais lançados por fundos apoiadores de cultura. Tem que estar sempre ligado, tendo um projeto bem pautado, e não parar de correr atrás”.

A partir da preocupação de N.A. em ter um público consciente não apenas do valor simbólico da música, mas também do valor do trabalho de todos aqueles que atuam no processo produtivo, novamente encontramos a interface entre economia e a cultura, na medida em que este universo musical paraibano, um campo com identidades, bens e capitais simbólicos próprios, apresenta uma dinâmica cujo desenvolvimento econômico se estabelece concomitantemente com o seu desenvolvimento cultural.



Cartaz do evento

O evento foi divulgado pela rádio, usando a música-tema da festa como jingle. O panfleto-cartaz foi desenvolvido pelas próprias integrantes da produtora “Seu Cosme”. Elas se apoiaram na imagem seca do sertão, usando cores quentes e recortes da vegetação do sertão. Amigos se juntaram para panfletar em vários lugares da cidade. A impressão foi paga com os patrocinadores, que tiveram sua logomarca cravada no panfleto-cartaz.

O “baile muderno” começou com o Chico Correia e Eletronic Band. Enquanto o Cabruêra trafega nos ritmos do funk americano, do Ska e do rock’n roll, o grupo mistura coco-de-roda e baião com música eletrônica e jazz. A música é marcada pelo uso de muitos samplers e muitos solos de saxofone. Aos poucos as pessoas começavam um tipo de dança intimista. Fechavam os olhos ou baixavam as cabeças e ensaiavam passos de côco-de-roda. Quando abriam os olhos, imagens de filmes antigos eram refletidas nas paredes em sincronia com a música.

Diferente do show de Cabruêra, não há muita interação entre público e os músicos. O grupo fez sua apresentação logo em seguida, com muitas cirandas, forró e muitos pulos. Por fim, o DJ Volante Filipéia manteve o som até o dia amanhecer, tocando sambas antigos de Jackson do pandeiro e outros nomes de sua época. No raiar do Sol, foi oferecido café da manhã para os que haviam ficado até o fim do evento.

O “Baile Muderno” foi recorde de público. A casa de show “Intoca” atingiu sua lotação. Foram cerca de setecentos pagantes, que somados a convidados, músicos e produção, resultaram nos mais de oitocentos presentes. Sobre o cachê das bandas, a entrevistada preferiu não falar dos valores acertados com os grupos.

Este tipo de evento só obtém sucesso quando há muitas pessoas envolvidas. As pequenas produtoras dependem consideravelmente das suas redes de sociabilidades para que tudo funcione. É preciso mostrar para os outros que a festa foi um sucesso e a unidade de medida para isto é o público. Estas redes costumam colaborar de acordo com o grau de carisma da produtora em relação aos outros. Por outro lado, não adianta ser popular se a produtora não tem credibilidade. Assim, o grande esforço destas produtoras é manter seus mecanismos de confiança e de popularidade, dois elementos bastante comuns no embate político das identidades.

## *Os Festivais*

As festas e os festivais (que também são vistos pelos agentes como festas) assumiram um papel importante no escoamento da produção da música “independente” paraibana e também se tornou um dos principais ambientes para a reprodução simbólica deste campo. Esta realidade é compartilhada também por outros tipos de musicalidade. Com a queda da indústria fonográfica, tanto os artistas quanto os produtores transferiram a prioridade de lucro da venda de discos para a produção de shows. Como os custos de produção do disco diminuíram drasticamente, o disco deixou de ser produto e passou a ser uma ferramenta de promoção, para conquistar público.

Em decorrência da “nova onda” de criação de festivais independente que surgiram pelo país, alguns produtores de antigos festivais, como o “Abril pro Rock” e o “Porão do Rock” – ambos criados na década de 1990 – se reuniram e criaram em 2005 a ABRAFIN – Associação Brasileira de Festivais Independentes.

A ABRAFIN reúne 32 eventos do gênero. São festivais das mais diversas regiões brasileiras, que atingem um público de pelo menos 300 mil pessoas ao ano, fazendo circular mais de 600 bandas entre nacionais e internacionais, movimentando, assim, uma quantia superior a cinco milhões de reais ao ano<sup>35</sup>. Segundo a organização, são gerados pelo menos três mil empregos fixos e temporários. Além de toda estrutura nacional, a associação tem contatos com mercados mundiais, como o dos Estados Unidos.

E acordo com a cartilha da associação, o seu trabalho consiste basicamente em elevar a qualidade dos festivais, autenticando a capacidade de organização e sua importância para o escoamento de música da região. Para se filiar na ABRAFIN é necessário<sup>36</sup>:

1) idoneidade moral, financeira e profissional do diretor responsável pelo festival, a ser avaliada pela Presidência e/ou pela Diretoria;

---

<sup>35</sup> Dados coletados no site da instituição [www.abrafin.org](http://www.abrafin.org)

<sup>36</sup> Idem.

- 2) anuir e cumprir com as disposições destes estatutos;
- 3) o festival representado deve ter sido realizado por no mínimo 03 (três) edições em 03 (três) anos consecutivos;
- 4) o festival representado deve ter no mínimo 75% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas não ligados a grandes conglomerados, gravadoras multinacionais, selos "*majors*" e/ou ligadas a grandes grupos econômicos de entretenimento.
- 5) o festival representado deve ter no mínimo 75% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas brasileiros;
- 6) o festival representado deve ter no mínimo 25% das atrações, a cada edição, formado por artistas e bandas do estado onde o mesmo é realizado;
- 7) o festival representado não pode ser gerido e/ou produzido por entes governamentais de quaisquer níveis (federais, estaduais ou municipais) ou ainda por quaisquer de suas secretarias;
- 8) o festival representado não pode ter sua produção realizada, ou ser mantido exclusivamente por grande emissora de telecomunicações;
- 9) o festival representado não pode ser gerido e/ou produzido por grande emissora de T.V. ou rádio; ou grande corporação empresarial de caráter privado;
- 10) A admissão de novos sócios será aceita somente mediante indicação de um sócio ativo, com endosso de um sócio fundador e/ou de dois membros da diretoria.

Na Paraíba, apenas dois festivais são filiados na associação: o Festival Mundo, que ocorre em João Pessoa, e o Festival Encontro para a Nova Consciência, que ocorre no carnaval de Campina Grande. Estes festivais são vistos como vitrines e conseguem maior apoio do poder público que outros eventos menores. Em virtude deste "apadrinhamento", muitos artistas reclamam que a ABRAFIN é uma "máfia", que o dinheiro investido nestes festivais deveria ir para os músicos. Ao mesmo tempo, enquanto instituição, a rede de festivais tenta se manter circulando conteúdos parecidos, formados por bandas indicadas pelos produtores dos festivais.

No caso do festival Mundo, o produtor do evento também é baterista do grupo musical Nublado. Conseqüentemente, ele usa o próprio festival para negociar a ida do seu grupo para outros festivais. No encontro para a Nova Consciência, o produtor é o

vocalista do Cabruêra, que também age da mesma forma. O festival se transforma num elemento de poder e de dominação (tanto simbólica quanto econômica) que, para se manter na rede ABRAFIN, precisa preservar as regras do jogo.

Além destes dois festivais, existem outros de grande importância para o escoamento da música “independente” paraibana. O Cajá Rock, de Cajazeiras, o Unirock, de Umbuzeiro, o “Aumenta que é Rock” de João Pessoa são alguns deles. Vale notar que atualmente, a maioria dos festivais independentes são direcionados para o rock, o que, de certa forma, estimula a produção de música voltada para este gênero. Quando o Cabruêra mudou o formato de sua música, naturalmente, ficou mais fácil de ser encaixado nestes eventos.

Devido ao poder exercido pelos festivais no país para a circulação e distribuição de música, vem ocorrendo uma “guerra” entre produtores e músicos, algo que não se via nos anos dourados da indústria fonográfica. Muitos produtores de festivais defendem o não-pagamento de cachê, colaborando apenas com “ajuda de custo” para a despesa da viagem das bandas. O argumento é fundado na idéia de que tocar num festival renomado é um investimento para a banda, pois através dele se conquista público e movimentada a economia da informação, com matérias, releases, fotos, vídeos e outros documentos, importantes para as bandas.

Já os músicos acham injusto este tipo de atividade, pois os festivais geralmente conseguem verba pública para sua realização e, portanto, o artista também precisa ser pago, assim como todos os trabalhadores inseridos na produção do evento. Muitos também reclamam que os festivais da ABRAFIN são muito fechados para bandas novas e acusam a instituição de “panelinha financiada pelo governo”.

Novamente entramos na questão das relações entre Estado, economia e cultura, o que parece ser eminente no mercado “independente”. O Estado, na sua política de incentivo ao que chamam de “economia da cultura”<sup>37</sup>, é atualmente o principal responsável pelo desenvolvimento deste mercado. Mas ao mesmo tempo, ele também se transforma num mecanismo de controle, que impõe regras sobre as quais determinam qual projeto cultural é mais competente. Em outras palavras, o Estado passa a atuar

---

<sup>37</sup> Ver em <http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/economia-da-cultura/>

fortemente na padronização dos projetos culturais, fundamento necessário para se estabelecerem enquanto produtos comercializáveis. Porém, muitos músicos reclamam que, na verdade, o que está ocorrendo é o inverso. Como afirma João Parahyba em entrevista em um blog<sup>38</sup>:

“Estamos acabando com a iniciativa privada desde país, e ficando escravos dos editais. O funil das gravadoras e empresários artísticos do passado está hoje na máquina pública. Assim nunca construiremos um mercado cultural sustentável e verdadeiro. E honestamente, depois de 40 anos de carreira e de ter tocado no mundo todo, não venham me dizer que festival e mostra de música é única e exclusivamente uma vitrine para quem está começando ou para quem está um pouco sumido da mídia, ou ainda, uma forma de formar público novo. Pois isso é o óbvio. Mas isso também hoje é uma vitrine para o nome do festival, para os produtores e entidades organizadores, para o marketing das grandes empresas e principalmente para o governo. E esses proponentes muitas vezes obtêm fonte de renda que mantêm toda a estrutura de suas empresas através desses editais públicos, estaduais, municipais e federais. Principalmente com dinheiro público e quase 100% sem investimento privado, digo dos pequenos empresários, os proponentes, não das grandes empresas que utilizam esses editais e leis para fazer somente marketing, e não cultura. (...) Isso é jabá institucionalizado, igual às rádios que tanto reclamamos há décadas. Quer tocar aqui é assim, você paga para estar aqui. Absurdooo! E se reclamar não entra mais na rádio, TV e/ou no circuito dos festivais, como temos exemplos de vários amigos artistas que foram excluídos das rádios e dos festivais por se manifestarem contra o jabá e/ou não pagamento de cachês nos festivais pelo Brasil afora. Isso hoje, como há 30 anos vem acontecendo. (...) Estamos criando outro monstro!?”

Por outro lado, podemos perceber que a formação de instituições e redes associativas tem se tornado nos últimos anos a principal estratégia de organização do mercado de música. É uma espécie de paradigma que aos poucos, vem se consolidando.

---

<sup>38</sup> <http://screamyell.com.br/site/2010/04/13/carta-aos-musicos-e-artistas/>

Nele, o músico é também produtor. Seu disco é distribuído gratuitamente na internet. Sua principal fonte de renda são os shows, principalmente os festivais, que podem gerar novos shows. Por fim, o músico-produtor ainda depende do apoio do Estado para gravar novos discos, fazer novas turnês e estruturar sua equipe.

## Capítulo 3

### Identidades “independentes” ou interdependentes?

Como já vimos, a categoria “independente” é utilizada pelos produtores de música na Paraíba para denominar um tipo de musicalidade apoiado num tipo de produção, que é desvinculado da grande indústria fonográfica. Ou seja, além do apelo estético do “independente”, no qual o regionalismo se mistura com uma cultura mundializada, os produtores paraibanos da música “independente” também promovem uma espécie de “contracultura”, na perspectiva de se legitimarem em relação aos sistemas de produção e circulação promovidos pela indústria cultural.

Mas, em que medida os consumidores desta musicalidade absorvem estes valores? O que seria “independente” para estes consumidores? Esta e outras questões naturalmente poderiam se desdobrar em outra pesquisa, diante das possibilidades de interpretação em torno dos elementos simbólicos dispostos no processo de consumo da música “independente” paraibana. Portanto, as trataremos aqui apenas em nível de ilustração.

A primeira imagem que vem em nossa mente, ao tentar responder tais perguntas é a que este grupo se constitui como uma “tribo urbana”. Este termo geralmente é usado pela mídia, para noticiar algum evento relacionado a grupos de jovens e adolescentes e seus comportamentos. Também é muito usado no debate sobre pesquisas relacionadas a sociabilidades urbanas entre essa faixa etária. Porém, precisamos ter cautela no uso desta terminologia. Como aponta Magnani (1992):

“Quando se fala em “tribos urbanas” é preciso não esquecer que na realidade está-se usando uma metáfora, não uma categoria. E a diferença é que enquanto aquela é tomada de outro domínio, e empregada em sua totalidade, categoria é construída para recortar, descrever e explicar algum fenômeno a partir de um esquema conceitual previamente escolhido. Pode até vir emprestada de outra área, mas neste caso deverá passar por um processo de reconstrução (...). A metáfora, não: traz consigo a denotação e todas as conotações distintivas de seu uso inicial.” (p.2)

A preocupação do autor está no uso incorreto do termo “tribos urbanas”, já que em muitos casos ele acarreta a impressão de se descrever, de forma generalizada, o fenômeno que se quer estudar. Um primeiro significado, mais geral, de “tribo urbana”, tem como referente determinada escala que serve para designar uma tendência oposta ao gigantismo das instituições e do Estado nas sociedades modernas. De acordo com Magnani (1992:2) “diante da impessoalidade e anonimato destas últimas, tribo permitiria agrupar os iguais, possibilitando-lhes intensas vivências comuns, o estabelecimento de laços pessoais e lealdades, a criação de códigos de comunicação e comportamento particulares”.

Já num outro contexto, tribo parece evocar o "primitivo" e designa pequenos grupos concretos com ênfase não já em seu tamanho, mas nos elementos que seus integrantes usam para estabelecer diferenças com o comportamento "normal": como cortes de cabelo e tatuagens. Em muitos casos, ocorre um dualismo entre o “certo” e o “errado”, o que não é interessante para os olhos da sociologia.

Para concluir, Magnani (1992:2) demonstra que é preciso até mesmo levar em consideração a particular idéia de que o termo tribo, usado em culturas indígenas para caracterizar uma comunidade homogênea de trabalho, consumo, reprodução e vivências através de mitos e ritos coletivos, não se aplica às chamadas "tribos urbanas": “sob esta denominação costuma-se designar grupos cujos integrantes vivem simultânea ou alternadamente muitas realidades e papéis, assumindo sua tribo apenas em determinados períodos ou lugares”.

Portanto, antes de encararmos o conjunto de práticas sociais elaborado pelos consumidores da música “independente” paraibana como uma tribo, ou apenas como uma categoria de consumo referenciada neste tipo de musicalidade, tentaremos “explorar a sua diversidade na paisagem urbana, procurando determinar as relações que estabelecem entre si com outras instâncias da vida social” (Magnani: 1992:2).

Mas para isso, é necessário seguir um eixo de análise, que apresente para a pesquisa as facetas presentes na constituição dinâmica deste grupo. No nosso caso, a música surge como um forte elemento simbólico que parece estabelecer sociabilidades. Assim, as entrevistas semi-estruturadas utilizadas neste trabalho, realizadas entre os

jovens que se relacionam com a música “independente” paraibana tiveram como objetivo identificar qual o envolvimento dos atores sociais com esta musicalidade e como o significado do “independente” é elaborado e compartilhado nestes espaços urbanos.

### *Soltos no Ar?*

Antes dos shows, muita gente procura bares e casa de amigos, para “aquecer a noite”. Ao mesmo tempo, é uma forma de economizar com bebidas, já que, geralmente, elas são mais caras no interior dos eventos e não é possível entrar e sair dos estabelecimentos. Os comentários desta noite era a grande atração do Rio de Janeiro: B Negão e os seletores de frequência. Para fechar a programação, mais dois grupos locais: Sacal e Cabruêra. Também circulava entre as pessoas a expectativa de que a Cabruêra traria novidades em seu show. Vale lembrar que este evento, intitulado “Solto no Ar”, ocorreu antes do lançamento do último disco do Cabruêra. A novidade era de que o grupo traria “metais<sup>39</sup>” acompanhando o grupo em músicas novas.

O show iria se realizar na casa de eventos “Candeeiro Encantado”, localizada no Largo da Igreja São Frei Pedro Gonçalves, centro histórico de João Pessoa. Antes, se chamava “Galpão 14” e recebia muitas *gigs punk's*<sup>40</sup>. Tinha sido re-inaugurada a pouco tempo. Em entrevista com o dono do estabelecimento, ele comentou que não há uma programação fixa. O espaço é alugado para pequenos grupos de produtores, que ficam responsáveis por todos os componentes do evento: bar, segurança, divulgação e assessoria de bandas.

Como já havíamos identificado no capítulo anterior, o centro histórico de João Pessoa é usado como equipamento urbano para se estabelecer um circuito de sociabilidades, respaldado no valor simbólico da música identificada como “independente”. A categoria “circuito” é empregada na perspectiva de privilegiar a

---

<sup>39</sup> Trombone e trompete.

<sup>40</sup> Festas da comunidade punk.

inserção destes jovens na paisagem urbana por meio da observação etnográfica dos espaços por onde circulam, “onde estão seus pontos de encontro e ocasiões de conflito, além dos parceiros com quem estabelecem relações de troca” (Magnani: 2007:19).

O grupo “B Negão e os seletores de frequência”, assim como o “Sacal”, levou um público relativamente diferente dos consumidores geralmente vistos nos shows do “Cabruêra”. O “B Negão”, ex MC do grupo *Planet Hemp*, convocou as gírias, roupas e toda a cultura do *Hip Hop*. O “Sacal” chamou o público da periferia pessoense, representado por muitos skatistas e dançarinos do ritmo chamado “*Street Dance*”, muito comum em bailes de bairro. Já o Cabruêra trouxe um público de universitários e fãs antigos. Apesar de se mostrarem diferentes, não houve conflitos durante o evento.

Já eram umas 21 horas. Muitos jovens se instalavam nas escadarias da igreja São Frei Pedro Gonçalves, para beber o que haviam trazido de casa, para usar drogas, para dançar ou simplesmente para “trocar uma idéia”. Enquanto uns ensaiavam passos e coreografias, outros faziam malabarismos no skate. O público mais universitário preferia ficar nos arredores das barracas e vendedores ambulantes de bebidas e petiscos, que surgiam aos montes no largo do centro histórico. Havia também alguns bares “alternativos” próximos ao lugar do show, que recebiam as pessoas antes do início da festa.

O público que paga pela música produzida por grupos como o Cabruêra ainda é relativamente pequeno. Há uma concentração de jovens em ambientes universitários nas cidades de João Pessoa, Campina Grande, Patos e Cajazeiras. Nas cidades pesquisadas (Campina Grande e João Pessoa), geralmente o público estimado para apresentações consideradas rotineiras em casas de festas, bares e outros locais fechados é uma média de 10 a 500 pessoas. Esse público se eleva consideravelmente em eventos públicos, que não pagam ingresso, como o Fenart – festival nacional de artes - e o Encontro para a Nova Consciência, chegando a poucos milhares. Uma exceção é o festival Mundo, de João Pessoa, que é privado (apesar de apoio público) e cobrou a entrada de dois dias de evento por 15 reais.

Em Campina Grande, a média do preço de ingresso de pequenos eventos, que possuem no máximo 3 atrações, é de 3 a 10 reais. De João Pessoa, de 5 a 30 reais,

dependendo da programação. Para a maioria dos entrevistados, não é caro consumir essa cultura. Como aponta um deles:

“Não, não é caro. É muito barato. Inclusive existia um problema, principalmente na cena de Campina Grande, que os eventos eram tão baratos e o poder aquisitivo do público era baixo também, que as vezes as bandas acabavam deixando as pessoas entrarem de graça, o que fez até com que as pessoas se acostumassem tanto a ficarem amigos dos músicos, pois ser amigo de uma banda era garantia de show grátis. Até no barato as pessoas exploram. Mas é barato sim, eu considero barato, muito barato. Não só considero barato, como o público que frequenta não tem o poder aquisitivo alto, e mesmo os que tem, e que gostam de um bom som, frequentam de bom grado.”

As relações de troca são constantes no universo da música “independente” paraibana. Por um lado, as bandas precisam levar público para demonstrar eficiência de seus shows e, dessa forma, geralmente convocam muitos amigos e conhecidos. Por outro lado, como grande parte do público é formado por universitários e jovens que ainda não possuem renda fixa, muitos apelam pela amizade que possuem com os músicos ou com os donos da festa para entrar de graça. Isto não significa que estas pessoas não possuam dinheiro para pagar a entrada. Alguns realmente não têm. Mas, na verdade, para a maioria, burlar a entrada do show é uma forma de economizar para gastar este recurso com outras coisas, como o transporte da volta para casa ou para consumir mais duas cervejas durante o show.

O evento da noite custava 10 reais para o ingresso antecipado, vendido em duas lojas de roupas de dois shoppings de João Pessoa, conhecidas por vender acessórios da cultura alternativa. Quem não tinha comprado teve que pagar 15 reais na bilheteria da casa de show. Este recurso é usado pelas produtoras para que se tenha um maior volume de vendas antes do evento.

As roupas e acessórios das pessoas que frequentaram este evento demonstram a fragmentação do universo independente paraibano. Enquanto as moças dividiam saias hippies, vestidos caros e calças jeans, os homens também apresentavam uma variedade

visual: camisas folgadas, bermudas caindo, camisetas quadriculadas, tênis *all star* e sandálias de couro.

Praticamente todos os entrevistados da noite assumiram ter conhecido o evento através de internet: “Bom, eu soube desse evento olhando na internet, ao visitar o site da Cabruêra, o myspace. Lá constava na agenda, que hoje haveria show da Cabruêra com o BNegão. Também tenho contato com o próprio A. P. (vocalista do Cabruêra) pelo MSN, onde ele comentou comigo que a banda estava com uma nova roupagem e que faria um show, com a participação do BNegão, que traria metais e toda uma incrementação nova que eu estou afim de conhecer”. Muitos também citaram outras formas de divulgação: uns leram o anúncio de uma revista que circula gratuitamente para promover eventos culturais de João Pessoa. Outros receberam “flyers”, que são panfletos distribuídos estrategicamente em espaços que circulam este tipo de público. Já outros informaram que conheceram o evento através da “galera”.

Aproveitando o momento antes do início do show, tentamos entrevistar um número considerável de jovens, que foram escolhidos aleatoriamente para responder as nossas perguntas. Abaixo, segue alguns casos que achamos mais interessantes para ilustrar um pouco as identidades dispostas no mundo “independente”:

### *Caso 1: o artista plástico e o forró de plástico*

Entrevista com R.P., 27 anos:

“O Grupo Cabruêra eu conheci no tempo da faculdade, quando eu estudava Psicologia em Campina Grande. Pelo fato também de eu ser artista plástico, eu participava de toda cena, então foi quando eu tive o primeiro contato com a Cabruêra e também com outros músicos, como Toninho Borbo, a própria banda Marxuvipano, que veio depois, etc”.

Em alguma medida, R.P. representa os agentes envolvidos com a produção cultural local e, conseqüentemente, possui um nível de proximidade elevado não só com a música compartilhada nas festas, mas também com os músicos. Apesar de ser artista

plástico, nas rodas dos músicos ele é bem vindo, pois, além de ser identificado como um “artista”, R.P. também acompanha uma geração mais antiga de consumidores e, naturalmente, tem uma relação mais íntima com o mundo “independente” paraibano.

Ao ser questionado porquê ele se identifica com a Cabruêra, R.P. dá muita importância à mistura que o grupo faz entre o “velho” e o “novo”, que em alguma medida marcou a sua trajetória, quando teve que sair do interior da Paraíba para morar em João Pessoa:

“Eu me identifico com a Cabruêra principalmente porque eu sou sertanejo, vim de uma cultura sertaneja, onde lá a gente tem o repente, o côco, o forró o pé-de-serra, que são elementos que estão extremamente impregnados no som da Cabruêra. Então, quando você tem um olhar novo, escutando o rock and roll e vem um som de nível alto, com batidas de rock and roll, mas trajando um cheiro de caatinga, o espinho do mandacaru e com a pegada de um forró, é algo que deixa até você emocionado e acaba agradando, não tem como não agradar, essa junção do velho com o novo.”

É importante destacar a necessidade de “novidade” entre os jovens consumidores da música “independente” paraibana. Este valor parece ser compartilhado principalmente para acusar o quanto uma música é mais “independente” do que outra, na medida em que ela possa ser mais diferente que a música “normal”. Para R.P. “quando você fala ‘esse som é alternativo’ é como se você tivesse querendo falar que é algo diferente”.

Esta característica pode também ser encontrada em outros grupos que se apropriam de outras formas musicais, de culturas distintas, para produzir novas formas culturais, num processo de hibridação cultural. Como aponta Benjamin (1975), as mudanças tecnológicas propiciaram uma presença bastante generalizada da música em todos os espaços da vida cotidiana. Em geral, escuta-se música desatenta e desinteressadamente, enquanto se faz outra coisa. Nas atuais circunstâncias, a exposição à música muitas vezes nem significa a sua fruição.

Mas, de acordo com Mendonça (2003), “apesar dos apelos ideológicos pela “novidade”, pelo “autêntico”, o que se verifica em todas as esferas culturais é a

necessidade mínima de reconhecimento ou enquadramento em referenciais culturais pré-adquiridos”.

Devido ao seu envolvimento com o campo, R.P. apresenta em seu discurso um aspecto político em defesa da cultura “alternativa”. Porém, também enxergamos a sua preocupação de estabelecer a música “independente” como uma música distinta, definindo-a como “uma música mais avançada”:

“Quando se sai à noite, por exemplo, na ‘Feirinha’, existem varias opções, o lugar onde é tocado o pagode, o forró pé-de-serra, e existem também os bares que tocam músicas alternativas. Aqui “alternativa” não é necessariamente esse tipo de rock diferente, ou esse tipo de som, mas é qualquer outro som que seja um pouco mais avançado, como o próprio jazz ou o blues. Locais que trazem essas opções musicais aqui são considerados alternativos, assim como é em Campina Grande, em Patos ou em qualquer local da Paraíba onde haja esse tipo de evento.”

É neste contexto que surge a noção de pertencimento a um grupo, pois a partir do momento em que R.P. começa a freqüentar esses ambientes e encontrar outras pessoas que curtem o mesmo som, ele percebe que estas afinidades podem ser coletivamente compartilhadas. Entretanto, precisamos reconhecer que as identidades dos jovens urbanos são descentradas e, conseqüentemente, este sentimento de pertencimento ocorre apenas nas práticas elaboradas pontualmente nestes lugares que ele destacou. Daí a importância dos espaços urbanos para estes processos sociais, que ocorrem na medida em que determinado lugar toca determinada música e agrupa gostos sociais:

“Como eu estou morando agora no Sertão, especificamente na cidade de Tavares, esse tipo de evento não chega lá, porque não há veículos de mídia que o possam divulgar e também porque a população de lá está acostumada a outro tipo de evento, que é o forró, como eles dizem lá o “forró cearense” e eu chamo o “forró de plástico”, então o último evento que eu fui foi de uma banda de forró, dessas de “plástico”, com instrumentos e com músicas de duplo sentido. Não fui porque eu gostava

do estilo, mas porque não me restava alternativas. Aí retomamos a questão do que é ‘alternativa’”.

Além de apresentar a música “alternativa” como um elemento de distinção, R.P. procura relacionar o “alternativo” com a capacidade de exibir suas vontades individuais. Em outra cidade, ele não teve acesso a tipos de entretenimento de seu gosto. Porém isto não implicou na renúncia a diversão. Não houve manifesto. Apesar de R.P. demonstrar desapeço, ele frequentou um evento que tocava “farró de plástico”, uma musicalidade muito criticada pelos atores sociais do universo “independente” paraibano.

Assim, não podemos afirmar que este processo de distinção social ocasionou algum comportamento subversivo ou então, que R.P. possui uma conduta homogênea em relação ao consumo de música. Por outro lado, não é negável a aproximação entre os termos “farró de plástico” e “indústria cultural”, que nos permite refletir outro ponto interessante deste universo simbólico: porque estes jovens procuram as referências locais, como os “legítimos” “farró-pé-de-serra” e o “côco-de-roda”, para se opor ao farró “modernizado”, representado por bandas como “Aviões do Farró” e “Calcinha Preta”?

Logicamente existe o repúdio a outros grupos musicais, como os pagodeiros, as bandas de pop rock entre outros. Contudo, o mundo “alternativo” paraibano se opõe veementemente ao farró modernizado, pois é o que mais se toca nas rádios e nas festas populares locais. Ao que nos parece, a preocupação desses agentes não é com a influência da cultura estrangeira na região nordeste, como é de costume nós pensarmos acerca dos discursos de grupos étnicos. A preocupação maior se encontra na degradação do que os jovens chamam de farró “autêntico”, largamente divulgado por Luís Gonzaga e Jackson do Pandeiro.

Ao perguntar sobre um possível show pré-agendado, R.P. comenta que no momento ele está mudando de país e não sabe do seu futuro. Interessado em conhecer outras culturas, ele estava prestes a viajar para a Bolívia: “vou querer conhecer a cultura de lá, ver o que acontece lá, o que é alternativo, o que é cultural, o que é popular (...) mas com certeza eu levarei este som pra lá e este estilo de musica para o ambiente que eu for viver”.

## *Caso 2: a nativa e a estrangeira*

Neste caso, tentaremos levantar alguns pontos da uma conversa entre duas garotas, ambas com 21 anos. Enquanto uma buscou durante toda a entrevista demonstrar sua inserção no mundo “independente”, a sua amiga iria assistir ao show do Cabruêra pela primeira vez e se comportava mais ou menos como uma estrangeira.

Ao perguntar por que a ‘nativa’ se identificava com o som do grupo, ela comentou que achava às vezes um pouco “viajante”, mas gostava demais de escutar. Ela considera o grupo “alternativo” porque “tem as letras diferentes das outras, é o que a gente realmente gosta de escutar, para quem curte a banda. Enfim, eu gosto demais da banda”. A outra preferiu ouvir a conversa, já que não conhecia o grupo.

Para a entrevistada ‘nativa’, o universo “independente” é:

“Formado por um pessoal com mais cultura, um pessoal mais cabeça, sem frescura. Acho que significa ‘o principal’, pois eu não me identifico com o lado “A”, o povo fala que a gente é o lado “B”. (...) Sem frescura é uma pessoa que topa tudo, uma pessoa que não tem... não digo nem “limites”, mas, como eu posso dizer? (...) Uma pessoa sem preconceito, sem discriminação”.

A entrevistada ‘nativa’ não se considerava “uma pessoa com frescura” e tentava elencar os lugares que freqüentava. Já a estrangeira tentava se explicar: “Eu também gosto desse tipo de pessoa, mas eu não freqüentava esses lugares”. Para ela, a diferença é que no mundo “independente”, ela encontra pessoas que querem conhecer ela realmente e não só estar do seu lado: “eu gosto de falar de coisas interessantes, de cultura e de coisas interessantes, e não ficar só conversando, só de farra por exemplo, que é o que mais se fala lá. São pessoas sem assunto. (...) Por que aqui a gente encontra as pessoas que você pode falar sobre qualquer coisa que elas entendem”.

Ambas parecem procurar um tipo de liberdade no universo “independente”. O maior interesse é encontrar pessoas “abertas ao diálogo”. Diferente do caso 1, que focou a importância da música para a formação desses grupos, as moças entrevistadas no caso 2 demonstraram maior preocupação com as sociabilidades disponíveis no mundo “independente” paraibano.

Apesar da ‘estrangeira’ defender que nestes espaços as pessoas podem falar qualquer coisa que elas se entendem, para um indivíduo se socializar neste universo é preciso apresentar um tipo de *capital social* e demonstrar que é capaz de elaborar argumentações em torno dele, ou, possivelmente ele será visto como uma pessoa “menos interessante”, “sem assunto”. Logo, “menos alternativo”.

Este capital é formado pela valorização da diferença e se reproduz na medida em que os agentes trocam informações entre si, estabelecendo uma rede de afinidades e de contradições. É muito comum encontrarmos rodas de discussão sobre alguma música ou algum artista durante a própria festa, no meio do barulho e da embriaguez da noite. Mas este capital cultural é geralmente muito expandido. Se há rodas de músicos pra um lado, há rodas de cinéfilos do outro. É como se o espaço do universo “independente” funcionasse como catalisador de vários pequenos grupos, ocupados com suas preocupações e opiniões, mas que compartilham a necessidade de um espaço para impor e exibir suas idéias.

### *Caso 3: Na roda*

A partir dos exemplos anteriores, é notória a transitoriedade dos consumidores de música “independente” na Paraíba entre diversos espaços urbanos, o que possibilitam experiências diversificadas em universos simbólicos distintos. Comumente estes agentes visitam vários grupos sociais. Para Retondar (2007):

“A sociedade de consumo mundializada se encontra, desta maneira, diretamente envolvida com esta problemática e vai, aos poucos, produzindo o contorno de um tipo específico de consumidor, caracterizado pelo cosmopolitismo e pelo nomadismo cultural, onde suas ligações com realidades locais e regionais são agora ao mesmo tempo rompidas e ampliadas por um mercado-mundo em franca expansão.” (p.238)

Nesta perspectiva, o elemento principal de socialização no consumo de música “independente” talvez não ocorra apenas no âmbito da distinção social. Nas bases da

sociedade de consumo globalizada, pós-industrial, destaca-se também a constituição de identidades flexíveis (Retondar: 2007). Mas não podemos afirmar que estas formas de identidade anulam os mecanismos de distinção social, pois elas permitem que estes se desenvolvam em situações as quais os agentes experimentam o embate político das identidades. Os mecanismos de distinção parecem se apresentar de maneira mais efetiva na relação entre músicos e a platéia, ou naqueles agentes mais próximos dos produtores em relação aos mais distanciados.

Nesta perspectiva, só faz sentido falarmos em “identidades flexíveis” se estas se organizarem a partir de experiências subjetivas que se constroem na relação dos consumidores mediadas pelos significados interpostos e atribuídos aos produtos e bens de consumo (Retondar, 2007).

Neste caso, tentaremos exemplificar este fenômeno. Quatro amigos aguardavam o início do show, tomando cerveja em frente à casa de show Candeeiro Encantado. A média de idade era de 19 a 21 anos. Pareciam se conhecer a muito tempo. Ao serem perguntados se eles se consideram “alternativos”, respondem:

**Entrevistado 1:** “Depende. Se for levando em consideração as coisas que eu gosto de fazer, me considero porque eu gosto de andar de skate, gosto de tocar e nem todo mundo gosta de fazer isso. Isso se for alternativo em relação a isso, mas no resto eu sou uma pessoa normal”.

**Entrevistado 2:** “Eu crio minhas opiniões por mim mesmo, mas tem muita gente e tem muita gente que não é assim, que é guiado ou qualquer coisa do tipo. É mais por esse lado mesmo”.

**Entrevistado 3:** “Pelo menos em relação a maioria das pessoas eu posso dizer que sou diferente, então de certa forma eu posso dizer que eu sou alternativo. Mas em questão geral, se for olhar o significado mesmo, ao pé da letra, eu não me acho alternativo não. Me parece ser uma galera mais radical pelo que curtem e fazem. Pelo menos pelo que eu conheço e pelo que a mídia passa, é uma “parada” bem exotérica, não é bem isso, mas é por aí, e eu não me acho não. Sigo mais outra linha”.

**Entrevistado 4:** “Acho que a palavra alternativo vem de alternar, sair do comum, talvez, deixar um pouco a rotina de lado, o que para a sociedade é essencial e alternar. Eu me acho alternativo porque eu tenho muita coisa minha mesmo, que eu cultivo independente de religião, independente de contexto de aspecto financeiro. Eu me acho alternativo por isso, porque talvez eu gosto de cultivar esse tipo de coisa, de fazer coisas que pode ser errado para alguém ou para certas concepções, mas para mim é meu, é legal, me faz bem. Sou alternativo por isso. Certas coisas me atraem nesse ponto”.

Apesar de ser a música o principal vínculo que orienta a organização destes agentes em determinados espaços, talvez haja um pano de fundo por trás dela. A música “alternativa” parece ser um “motivo racional” que aciona estes jovens para se encontrarem nos espaços urbanos e se definirem como indivíduos, dotados de vontades e escolhas próprias. É uma maneira de se reconhecerem como agentes construtores de suas próprias trajetórias, na vida social a qual estão inseridos.

## Considerações finais

Diante do pouco que tentamos apresentar neste trabalho, podemos destacar que o mercado “independente” paraibano é num processo sócio-econômico, que vem acompanhando as tendências globais de produção e escoamento musical. As transformações na indústria cultural nas últimas décadas favoreceram o aparecimento e divulgação de espaços de produção cultural como o universo da música “independente” no cenário nacional. Porém, isto não significou a sua abertura ou disponibilidade para pequenos grupos como o Cabruêra.

Com base na pesquisa de campo, constatamos que, diante das relações entre a indústria cultural e as manifestações destes pequenos grupos, ocorre uma racionalização da produção musical, sendo esta a responsável pela padronização de determinados aspectos de sua musicalidade e pela resignificação das relações entre os integrantes do grupo. Como foi apresentada no capítulo 2, a racionalização se tornou a condição básica para manutenção econômica e a viabilidade desta música no mercado de bens culturais. No interior deste processo, a figura do “músico-produtor” surge na perspectiva de gerenciamento e empreendedorismo do setor produtivo, acompanhando as transformações na divisão do trabalho social da música dos dias atuais.

Porém, existem limites nesta relação na medida em que o mercado *mainstream* não absorve completamente estas musicalidades. O mercado da *world music* se torna muito dinâmica, já que seus consumidores estão sempre interessados em novas sonoridades. Quanto a este aspecto, destacamos como a música do grupo Cabruêra vem se modificando ao longo de sua trajetória.

Ao mesmo tempo, os músicos precisam preservar seu carisma e alimentar a imagem do “independente”, para prosseguir fazendo shows. Existe uma contradição no

significado desta categoria de produção e de consumo, na qual quanto menos valorizada economicamente for o grupo musical maior a sua valorização simbólica. Vender muito, ou pelo menos se mostrar “musicalmente comercial”, pode ser visto com maus olhos por parte de seus consumidores.

Diante da impossibilidade de crescimento expansivo e vertical, tal qual a música que os produtores chamam de “massiva”, o mercado “independente” paraibano parece se desenvolver no formato de redes sociais, pois assim, pode se desenvolver em poderes oblíquos (Canclini, 1997), espalhados em diversas localidades. Estes poderes oblíquos são representados pelos donos de festivais, pelas prefeituras municipais, enfim, pelas diversas forças que compactuam com este modelo de desenvolvimento cultural associado ao desenvolvimento econômico, inclusive a própria Indústria Cultural.

Neste caso, precisamos considerar que uma *rede social* é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns. Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. “Redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente” (Duarte, 2008).

Apesar de um destes princípios, a conexão fundamental entre as pessoas se dá através da identidade. Como aponta Capra (2008) os limites das redes não são limites de separação, mas limites de identidade. Assim, não é um limite físico, mas um limite de expectativas, de confiança e lealdade, o qual é permanentemente mantido e renegociado pelas redes de comunicações, sejam interpessoais ou virtuais.

Comumente as redes sociais operam em diferentes níveis e permitem analisar a forma como as organizações desenvolvem a sua atividade, como os indivíduos alcançam os seus objetivos ou medir o *capital social*: o valor que os indivíduos obtêm dentro dela. No mercado “independente paraibano” nós pudemos perceber as várias articulações desta rede, seja ela produzida por pequenos produtores, responsáveis por shows locais e de pequeno porte, ou por redes mais expansivas, como a rede de festivais ABRAFIM, que são fortemente apoiadas pelo Estado.

É importante destacar que as redes de contato ou *network* sempre existiram no mercado “independente” paraibano. Contudo, antes, o foco principal era atingir o

*mainstream*. Hoje, a articulação de contatos entre empresários, produtores, músicos, donos de bares e casas e shows e o poder público tende a fragmentar este foco, visto que a indústria fonográfica não mais carrega o peso de seus anos dourados. Contudo, talvez a principal diferença entre as antigas redes e as atuais seja as suas ampliações cuja direção orienta para a institucionalização destas redes.

Obviamente estas considerações mencionadas são superficiais e exigiriam um esforço maior na tentativa de explorar mais de perto como este processo vem ocorrendo. Aqui, tentamos apenas apontar este fenômeno como uma última reflexão sobre os futuros da produção de música “independente”. Como todos sabem, estes processos vêm se desenvolvendo paralelamente à indústria fonográfica, que ainda detém de boa parte dos mecanismos de distribuição de música.

Diante destas constatações, se, de fato, existe uma música “independente”, ela também tem seus limites. Há uma linha tênue que define qual é a música experimentada por um grupo de universitários com mero objetivo de tocar e qual a música profissional, disponível para as pessoas consumirem. Estas experiências com a música são muito distintas, mas parecem se complementar aos olhos estrangeiros, na medida em que para estes agentes, ser “independente” é fazer o que quer.

Neste contexto, o regionalismo identificado nos grupos paraibanos também surge como parte de um processo reflexivo, que é inicialmente experimentado nas universidades e posteriormente vai se situando como estratégia econômica, para conseguir editais ou para fazer turnês pelo mundo. Neste ângulo, também podemos apontar o envolvimento com a cultura mundializada como parte do mesmo processo, já que, através dela, os músicos conseguem produzir uma música mais reconhecível para uma maior quantidade de pessoas espalhadas pelo mundo.

Todavia, esta racionalização ocorreria apenas no plano econômico, no qual as bandas procuram viabilizar sua música para o mercado? Acreditamos que não. Esta racionalização também contribui para a elaboração de um sistema de resignificações sobre o que é “popular”, o que é “cultura de massa” e o que é “indivíduo”, compartilhados por todos que se envolvem com este tipo de música, nos espaços em que ela é experimentada.

## Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz de (2006). *A invenção do Nordeste e outras artes*. 3. ed. São Paulo: Cortez.
- ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M (1985). *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*. In: *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- ADORNO, T.W. (1975). *O fetichismo da música e a regressão da audição*. In: *Textos escolhidos*. São Paulo: Abril cultural.
- APPADURAI, Arjun (1990). *Disjunção e diferença na economia cultural global*. In: *cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. Org: Mike Featherstone. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 3ªed. P.311.
- ARIZA, Adonay (2006). *Eletronic Samba: a música brasileira no contexto das tendências internacionais*. São Paulo: Annablume; Fapesp.
- BAUMAN, Zygmunt (2008). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..
- BENJAMIN, Walter (1975). *A obra de arte na época de suas técnicas de produção*. In: *Textos escolhidos*. São Paulo: Abril cultural.
- BOURDIEU, Pierre (2007a). *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre (RS): Zouk.
- \_\_\_\_\_ (2007b). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- CANCLINI, Néstor García (1997). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP.
- CAPRA, Fritjof (2008). *Vivendo Redes*. In: Duarte, Fábio; Quandt, Carlos; Souza, Queila. *O Tempo Das Redes*, pp. 21/23. Editora Perspectiva S/A.
- CHIANCA, Luciana (2006). *Festa no interior: são João, migração e nostalgia em Natal no séc. XX*. Natal: EDUFRN.

- COSTA, Sérgio (2006). *Desprovincializando a Sociologia: A contribuição pós-colonial*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, fevereiro, ano/col.21, número 060. ANPOCS: São Paulo. Pp. 117-134.
- DUARTE, Fábio e Frei, Klaus (2008). *Redes Urbanas*. In: Duarte, Fábio; Quandt, Carlos; Souza, Queila. *O Tempo Das Redes*, p. 156. Editora Perspectiva S/A.
- GEERTZ, Clifford (1978). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- GIDDENS, Anthony (1997). *A vida em uma sociedade pós-tradicional*. In: Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna/ Ulrich Beck, Anthony Giddens, Scott Lash; tradução de Magda Lopes – São Paulo: Editora Unesp.
- \_\_\_\_\_ (2002). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- HALL, Stuart (1998). *A identidade cultural na pós-modernidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- IAZZETTA, F. (2001a). *O que é música (hoje)*. Anais do I Fórum Catarinense de Musicoterapia, Florianópolis-SC, 31/08 e 01/09 de 2001, Associação Catarinense de Musicoterapia, pp. 5-14.
- IAZZETTA, F. (2001b). *Reflexões sobre a Música e o Meio*. Em Anais do XIII Encontro Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música (ANPPOM), 23 a 27 de abril de 2001, UFMG, Belo Horizonte-MG, Vol. 1, pp. 200-210.
- INGRAM, David (1994). *Habermas e a dialética da razão*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília.
- LÉVY, Pierre (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor (2007). *Introdução: circuito de jovens*. In: jovens na metrópole: etnografias e sociabilidade. Orgs. José Guilherme Magnani e Bruna Mantese Souza. São Paulo: Editora Terceiro Nome.
- \_\_\_\_\_ (1992). *Tribos Urbanas: metáfora ou categoria?* In. Cadernos de Campo, V.2, N.2.
- MIGUEZ, Paulo (2007). *Alguns aspectos do processo de constituição do campo e estudos em economia da cultura*. Apresentado no Seminário Internacional em Economia da Cultura (Recife, 16 a 20 de julho 2007), organizado pela Fundação Joaquim Nabuco.

- MENDONÇA, Luciana Ferreira (2007). *Música pop(ular), diversidade e identidades: o mangubeat e outras histórias*. Oficina do CES Nº 275, Maio.
- NETTO, Manuel Caio (2008). *Um som barato: redefinições na experiência do consumo musical*. Em anais da 32ª reunião da ANPOCS, Caxambu – MG.
- ORTIZ, Renato (2000). *Um outro território: ensaios sobre a mundialização*. 2. ed. São Paulo: Olho d'Água.
- \_\_\_\_\_ (2006). *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5.ed. São Paulo: Brasiliense.
- \_\_\_\_\_ (2007). *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- ORTIZ, Renato (1986). *A escola de Frankfurt e a questão da cultura*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 01: 43-65.
- RETONDAR, Anderson Moebus (2007). *Hibridismo Cultural: ¿clave-analítica para la comprensión de la modernización latinoamericana? La perspectiva de Nestor García Canclini*. In: V congreso Europeo de Latinoamericanistas, en el simposio: Las ciencias sociales frente a los fenómenos de la modernidad y los procesos de modernización en América Latina. Bruselas/Bélgica.
- \_\_\_\_\_ (2008). *A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como "contexto social" de produção de subjetividades*. Soc. estado., Abr 2008, vol.23, no.1, p.137-160.
- \_\_\_\_\_ (2009). *Da massificação à ação: algumas representações sobre "o consumidor" na teoria social contemporânea*. In: Anais do XIV congresso brasileiro de sociologia. Rio de Janeiro.
- RODRIGUES, Mariza Nóbrega (2002). *Música Prática*. In: Dissertação de mestrado em comunicação e semiótica – PUC. São Paulo.
- SIGMAS & IGNÁCIO, Marcelo, Elizete, (2008). *A estrutura econômica do funk no rio de janeiro: estudo sobre as relações pessoais em mercados informais*. Em anais da 32ª reunião da ANPOCS, Caxambu – MG.
- TELES, José (2000). *Do frevo ao mangubeat*. São Paulo: Ed. 34.
- THOMPSON, John B. (1995). *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes.