

A interface música e tecnologia: a Internet e a cena do rock independente contemporâneo no Distrito Federal

Fernando Oliveira PAULINO¹
Filipe Vasconcelos KAFINO²

RESUMO: Este trabalho busca analisar a atual produção musical do rock independente em Brasília e sua conformação no contexto de uma época marcada por rápidas transformações tecnológicas, com efeitos na organização da produção, da distribuição e do consumo, passando pela estética e pelos estilos musicais. Ao mesmo tempo, o foco é mostrar de que forma as atuais tecnologias, em especial a internet, têm provocado alterações no modelo de produção na indústria cultural como um todo, mais especificamente no mercado musical. Diante de tais mudanças, é possível perceber uma postura das bandas independentes em busca de estratégias nas quais seus participantes assumem o controle de toda a cadeia produtiva envolvida no negócio de fazer música.

PALAVRAS-CHAVE: Música. Internet. Brasília, Bandas independentes. Coletivos culturais.

Music and technology: the Internet and the contemporary independent rock scenery in the Federal District

ABSTRACT: This study intends to analyze the current independent rock music production in Brasilia and its conformation in the context of an era marked by its technological changes, whose effects are seen on the organization of production, distribution and consumption, through the musical styles and aesthetics. At the same time, the focus is to show how the current technologies, in particular the internet, have led to changes in production model in the cultural industry as a whole, specifically in the music market. Before such changes, it's possible to realize an attitude of indie bands in search of strategies in which participants take control of the whole production chain involved in the business of making music.

KEYWORDS: Music. Internet. Brasília, Independents bands. Cultural colectives.

Introdução

Neste trabalho busca-se analisar de que forma a internet e atuais tecnologias digitais estão modificando a produção, distribuição e consumo da música independente no Distrito Federal, particularmente dentro da cena formada pelas bandas de rock locais.

¹ Universidade de Brasília - Faculdade de Comunicação. Brasília, DF.- Brasil. CEP: 70910-900. E.mail: fopaulino@gmail.com

² Bacharel em Comunicação pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Email: fvkafino@gmail.com

Para tanto se busca, por meio da pesquisa, compreender o contexto sociocultural e histórico no qual se insere essa produção, bem como o desenvolvimento do aparato tecnológico que tem permitido transformações nas etapas desse processo produtivo e também uma ressignificação dos valores simbólicos envolvidos nessa produção.

Inicialmente destaca-se a importância do desenvolvimento tecnológico que, apropriado pela cultura musical, tornou-se uma espécie de mola-propulsora criativa, impulsionando movimentos musicais e mais recentemente permitiu uma maior possibilidade de acesso aos meios de produção musical até então restritos e dominados por uma cadeia produtiva ligada aos grandes conglomerados da indústria cultural. Diante dessa realidade também se discute o alcance do conceito de Indústria Cultural no atual contexto social.

Adiante se ressalta o papel da internet nessa nova configuração da cena musical contemporânea. A partir dos mecanismos propiciados pela rede em conjunto com o desenvolvimento de tecnologias digitais relacionadas ao campo da informática nota-se uma mudança nos padrões de consumo e produção musical. Ao mesmo tempo discute-se o fato de que esses mecanismos são apontados como fatores relevantes para a retração ao longo dos anos 2000 do faturamento das maiores empresas fonográficas ligadas ao modelo tradicional de venda de produtos musicais em suporte físico.

O objeto do projeto é o cenário musical independente de Brasília a partir do recorte das estratégias de negócios diferentes que coexistem nessa cena. A partir daí são analisadas as práticas e as perspectivas de duas gravadoras/produtoras locais e de uma iniciativa independente, relativamente recente, no cenário brasiliense que são a dos coletivos.

Busca-se também compreender a influência das atuais tecnologias de informação e comunicação na produção cultural/musical dessas bandas a partir de exemplos da interdependência entre a prática da produção musical independente e das possibilidades inauguradas pelas tecnologias digitais e pela internet. O objetivo é, portanto, produzir um retrato desta realidade, analisando de que forma a internet e as atuais tecnologias digitais de gravação/produção/acesso se inserem nesse processo.

As perguntas principais que norteiam o trabalho são fundamentalmente: de que forma a produção musical/cultural local vem se configurando com o advento das atuais tecnologias digitais e da internet? Quais modificações percebidas a partir das possibilidades inauguradas pela internet e pelas novas tecnologias digitais na produção, gravação, distribuição e consumo da música independente brasiliense?

Nesse aspecto, leva-se em conta o contexto colaborativo, a interatividade e a junção de iniciativas isoladas que se somam para organizar movimentos sociais e culturais, tendo como mediador principal a internet. Coube também indagar quais os rumos que esta atual configuração vem tomando diante de uma realidade em que conceitos inerentes à indústria fonográfica vêm sendo subvertidos.

Procedimentos teórico-metodológicos

O trabalho foi desenvolvido basicamente em duas vertentes: a pesquisa bibliográfica e a realização de entrevistas semi-estruturadas. Em relação ao conteúdo consultado, este não se restringiu ao material acadêmico produzido sobre o tema propriamente dito. Foram utilizadas como referência publicações especializadas, em especial para coleta de dados pontuais, tais como os relatórios da International Federation of The Phonographic Industry (IFPI)³, e da Associação Brasileira dos Produtores de Disco (ABPD)⁴, para consulta aos dados e notícias da indústria fonográfica mundial e nacional.

A pesquisa bibliográfica buscou propiciar o embasamento teórico de outros autores sobre o papel da internet para a atual configuração da produção dentro da indústria cultural em geral e mais especificamente na produção musical. Também pôde fornecer qual o sentido e o papel social atribuído pelos autores a essa produção.

Para confrontar as teorias, as entrevistas forneceram as impressões daqueles que efetivamente participam do “mercado” ou da “cena” local da produção independente, suas práticas, experiências e seu posicionamento sobre a realidade e as tendências do cenário cultural brasileiro. Junto aos músicos e produtores e demais personagens locais pode-se também colher e analisar dados que não estão disponíveis em outras fontes.

Na busca para se delinear o alcance e a repercussão do rock independente local em esferas sociais distintas, outras fontes como programadores de rádios locais e editores de sites e revistas especializados puderam fornecer dados e impressões sobre o espaço dado à música independente local em seus veículos e na mídia em geral.

³ Organização que representa, internacionalmente, os interesses da indústria fonográfica da qual fazem parte as maiores gravadoras mundiais.

⁴ Organização, afiliada à IFPI, que representa nacionalmente os interesses das gravadoras.

Em relação ao mercado fonográfico brasileiro e às questões envolvendo a economia do negócio musical, uma das fontes de consulta foi o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) que dispõe de levantamentos e registros que ajudam a dar a dimensão da cena independente em termos de atividade econômica.

Para o desenvolvimento do trabalho levou-se em consideração o referencial metodológico da hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 1995). De acordo com Paulino (2008), tal método possibilita perceber que o processo de interpretação se articula e complementa os tipos de análise que tratam das características das formas simbólicas, ou às condições sócio-históricas de ação e interação.

Thompson (1995) lembra que, de acordo com a tradição da hermenêutica, o estudo das formas simbólicas, por serem construções significativas, exige compreensão e interpretação. Ademais, segundo Thompson (1995), nas pesquisas sociais o objeto a ser investigado é ele mesmo território pré-interpretado. Dessa forma, o referencial propõe uma possibilidade dialógica de re-interpretar o sentido ideológico dentro da perspectiva de campo-sujeito construído, neste caso a produção musical independente tal qual esta vem sendo desenhada ao longo da história como forma de identificação de uma prática específica.

O processo se fundamenta em três fases: a de análise sócio-histórica; a coleta de dados ou ainda análise formal ou discursiva; e a “[...] reinterpretação buscando oferecer uma análise acerca das informações sistematizadas, estimulando uma reflexão crítica” (PAULINO, 2008, p.38).

Foram então selecionados seis entrevistados, divididos em três áreas de atuação diferentes que envolvem a produção, distribuição e consumo da música, a saber: dois representantes de coletivos atuantes no Distrito Federal, dois programadores de emissoras públicas de rádio; dois proprietários de gravadoras atuantes no mercado local. Também foi entrevistado um produtor musical da cidade. Outras entrevistas realizadas antes do projeto de pesquisa com produtores, artistas, bandas e pessoas relacionadas ao meio musical na cidade foram eventualmente utilizadas.

Em relação aos dados relativos à indústria fonográfica mundial, nacional e à internet, procurou-se utilizar os mais recentes, sempre que disponíveis. Nesse sentido cabe destacar que tais dados e informações macro-econômicas (os relativos à indústria fonográfica) são disponibilizados por pesquisas realizadas ou encomendadas geralmente pelas associações representativas do segmento dominante do mercado.

É notório e compreensível também o esforço empreendido por essas associações em difundir os dados relacionados com a “pirataria” por meio da internet. Como exemplo, o site da IFPI disponibiliza gratuitamente publicações sobre a pirataria, contudo o relatório com os dados completos do mercado relativos às vendas mundiais, com a participação das gravadoras no mercado em diversos países é vendido por 550 libras (em torno de R\$ 1.500,00).

Os principais referencias teóricos podem ser divididos em duas correntes: primeiramente aqueles que tratam da produção e do cenário musical independente nacional e também do Distrito Federal, material mais específico e mais escasso e a outra referente às relações das novas tecnologias com a industria cultural, mais especificamente a indústria fonográfica. Dias (2000 apud DE MARCHI 2004, p.12) comenta sobre a escassez de uma bibliografia dedicada ao primeiro assunto:

É paradoxal que num país onde música e indústria fonográfica sejam fundamentais na construção da identidade moderna da nação, as pesquisas publicadas sobre o desenvolvimento do mercado fonográfico sejam escassas [...] mais precária é a história das gravadoras independentes, bem menos pesquisadas.

Ao comentar sobre o fato, De Marchi (2004) também elenca obras de referência sobre o mercado fonográfico brasileiro, algumas utilizadas neste trabalho: Tinhorão (1981); Vianna (1999) e Dias, (2000).

Pesquisadores como Leonardo De Marchi (2004, 2005, 2006), da Universidade Federal Fluminense, e Eduardo Vicente (2001, 2006), da Universidade de São Paulo, do mesmo modo fazem parte desta bibliografia, sendo que os trabalhos dos dois autores evidenciam questões mais recentes da produção independente no Brasil. Esses foram ampla referência para esta pesquisa, já que se debruçam sobre as modificações proporcionadas pelos usos da tecnologia na produção musical, tendo como foco o segmento independente brasileiro.

No mesmo contexto destacam-se também os trabalhos do projeto Modelos de Negócios Abertos, coordenado pelo Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas, em parceria com o Instituto Overmundo. Em especial o *livro Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música*) dos pesquisadores Ronaldo Lemos, Oona de Castro e outros⁵. No livro os autores mostram a movimentada cena musical independente regional na capital do estado do Pará. A pesquisa delinea toda uma nova formatação do mercado musical

⁵ Cf. LEMOS et al., 2008.

na cidade de Belém, que subverte a lógica tradicional da produção cultural e alguns de seus conceitos arraigados, como o de direitos autorais.

Algumas proposições teóricas sobre a arte na cibercultura apresentadas por autores como Pierre Lévy (2000) e Manuel Castells (2003) e da influência das tecnologias na produção musical (FRITH, 1981; VICENTE, 2006; DE MARCHI, 2006; LEMOS et al., 2008) confrontadas com o conceito de indústria cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) dão suporte no que se refere às atuais tecnologias e mídias em sua relação com a produção musical/cultural.

Produção musical e a evolução tecnológica

Segundo Lévy, nos anos 1980, a informática perdeu seu caráter puramente técnico e industrial para fundir-se com as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão, de forma que “[...] a digitalização se difundiu primeiro na produção e gravação de músicas, mas os microprocessadores e memórias digitais tendiam a tornar-se a infraestrutura de produção de todo o domínio da comunicação” (LÉVY, 1999, p.32).

Ao escrever sobre a história da produção musical, como prática cultural, em especial da sua produção de forma independente, pode-se fazê-lo traçando um paralelo entre as mudanças nas tecnologias, tanto de produção quanto de distribuição e de divulgação/comercialização e os cenários musicais no decorrer desses períodos. Essa mudança se acelerou e se espalhou pelo mundo de forma mais rápida significativamente durante os anos 1980 e se consolidou nas décadas de 1990 e 2000.

Ainda segundo Lévy (1999), a música de tradição oral, antes do sistema de notação tradicional, era marcada pela reinterpretação de peças que se perdiam no tempo, cuja autoria era desconhecida ou atribuída somente como “tradicional”; essa situação começou a modificar-se a partir da notação musical em partitura que passou a centralizar a figura do compositor. Contudo, a notação só podia ser interpretada, e por aqueles que dominavam seu arcabouço teórico, ainda assim impunha uma audição condicionada aos concertos “ao vivo”, a música para acontecer tinha que ser tocada por alguém em um dado momento.

A referência de um original era apenas a memória do que se tinha ouvido e mudava de um intérprete para outro. Com o aparecimento da gravação isso se inverte, e o disco gravado

passa a ser a referência de um original disponível de uma performance gravada, que era reproduzida nas apresentações.

Segundo Hobsbawm (1990), a inovação na utilização de tecnologias na música pode ser atribuída ao rock. Mesmo não sendo os pioneiros a utilizá-las, para o autor, os grupos de rock inovaram ao utilizar sistematicamente instrumentos elétricos no lugar dos acústicos e a se valer da tecnologia eletrônica não apenas para efeitos especiais, mas para o repertório normal aceito pelo público de massa. Ainda segundo o autor, o rock também seria pioneiro na experimentação dentro dos estúdios:

A principal inovação do rock foi a tecnológica [...]. Foi a primeira música a fazer dos técnicos e profissionais de estúdio, parceiros em termos equalitários em um número musical, principalmente porque a incompetência dos artistas de rock era geralmente de tamanhas proporções que não se poderiam produzir gravações ou mesmo apresentações de outra maneira. É claro que tais gravações não poderiam deixar de influenciar músicos de talento e originalidade genuínos (HOBSBAWM, 1990, p.20).

Com o desenvolvimento das técnicas, o estúdio passaria a ser um “grande instrumento” disponível para a gravação, sendo que as possibilidades introduzidas já nem podiam mais ser reproduzidas em uma apresentação de forma convincente. Não cabe no âmbito deste trabalho esgotar o histórico da evolução tecnológica dos instrumentos e efeitos musicais, mas suas implicações são fundamentais para a compreensão da música de hoje.

Algumas dessas inovações, no entanto, são fundamentais e vão permitir que os produtores, em conjunto com os músicos, apropriem-se do espaço de produção dos estúdios como mais um elemento de expressão; uma dessas foi a gravação em multipista ou multicanais, ainda nos anos 1940, pelo guitarrista e produtor musical Les Paul.

Várias das novidades disponíveis para os estúdios foram incorporadas por produtores como Phil Spector e George Martin, e podem ser ouvidas também em obras como o disco *Pet Sounds* de 1966, dos Beach Boys ou ainda no álbum *Sgt. Peppers* dos Beatles de 1967 (THÉBERGE, 1997; HOBSBAWM, 1990).

Junto aos avanços na eletrônica, alguns engenheiros alçavam a tecnologia dos efeitos musicais e dos instrumentos a outro nível em um trabalho colaborativo ao lado dos próprios músicos e artistas. Ainda na década de 1960, Roger Mayer desenvolvia efeitos em parceria com Jimi Hendrix e Jimi Page, e muitos dos quais se tornariam elementos essenciais na concepção artística das bandas de rock.

Na década de 1970, muito embora músicos de tradição erudita já experimentassem recursos eletrônicos há algum tempo, a popularização dos sintetizadores e os primeiros grupos a fazerem música pop/comercial com eles abriu um novo eixo no desenvolvimento da produção musical, já que esses instrumentos estavam aptos a lidar com a tecnologia digital emergente na época. Em 1982 houve a implementação do protocolo de comunicação Midi, que se tornou padrão da indústria para instrumentos musicais digitais

De Marchi (2004), citando Théberge, assinala o ano de 1978, quando surge o primeiro aparelho portátil e totalmente feito à base de *micro-processador*, o *Prophet-5*. Segundo ele, “[...] sua importância foi da ordem de: a) introduzir uma tecnologia que aos poucos dominaria aquele mercado; b) marcar a entrada de empresas de outro ramo distinto ao da música nesse negócio, a saber, as de micro-informática” (THÉBERGE 1997 apud DE MARCHI, 2004, p.3).

Essa passagem da tecnologia digital para o mundo da música via sintetizadores musicais é chamada por Théberge de “inovações trans-setoriais” (*transectorial innovations*), que se aplica ao “[...] fenômeno no qual uma inovação desenvolvida para atender as necessidades de um setor industrial específico passa a desempenhar uma importante função na criação de inovações e novos produtos em indústrias inicialmente não relacionadas àquela inovação” (THÉBERGE, 1997 apud DE MARCHI, 2004, p.3).

Théberge (1997) mostra como o desenvolvimento das tecnologias digitais influenciou a produção musical a partir das décadas de 1970 e 1980. Nas décadas seguintes percebe-se um processo semelhante nas formas de escutar música a partir da popularização da internet. As tecnologias das redes de computadores também impulsionaram essa inovação para as demais atividades da produção musical e passaram a desempenhar um papel central nas estratégias de marketing e distribuição digital. Nesse sentido, Castells (2003, p.160) considera que “o que a tecnologia tem de maravilhoso é que as pessoas acabam fazendo com ela algo diferente daquilo para que foram originalmente desenvolvidas”.

Castells (2003, p.15) defende que a internet nos moldes atuais foi possibilitada e implementada a partir de um projeto “[...] baseado em uma arquitetura de múltiplas camadas, descentralizada e protocolos de comunicação abertos”. Essa arquitetura aberta e descentralizada carrega consigo uma filosofia libertária, de aspiração colaborativa e contracultural, no sentido de ir contra o *establishment* e esse pode ser um ponto de interface importante entre a filosofia por trás da internet e a produção musical independente.

Mesmo que ir contra o sistema não tenha sido o propósito de Shawn Fanning quando programou o Napster em 1999, foi o que ocorreu. Baseado em um motor de busca, um índice de arquivos e downloads diretos de outros clientes, o programa acabou ficando conhecido como o marco do compartilhamento de músicas pela internet. As redes do tipo ponto a ponto, nas quais o Napster era baseado, desconstruem a lógica comercial da indústria fonográfica já em sua estrutura física, uma vez que a computação do tipo cliente-servidor não é estabelecida nesse tipo de rede, mas sim uma forma descentralizada, em que cada “nó” ou usuário pode funcionar simultaneamente como servidor e cliente.

As consequências do compartilhamento de arquivo pela rede ainda são sentidas pela indústria fonográfica, que ao não se juntar e procurar uma forma de trazer essa tecnologia para dentro de sua lógica comercial acabou fortalecendo um movimento contra a sua atuação. Segundo Castells (2003), as companhias tentaram construir acordos enquanto desenvolviam mecanismos que impedissem as cópias e imaginavam novos modelos de negócios e sem muitas outras opções recorreram aos tribunais. Mesmo com algumas decisões judiciais favoráveis como a desativação do Napster e outros portais como o Audiogalaxy, já que este provia os arquivos diretamente de seu site e por isso foi facilmente fechado. Contudo, outras redes, programas e sites surgiram e o compartilhamento continua minando os esforços das gravadoras para desmontar o compartilhamento de músicas.

Desempenhando um papel marginal, embora crucial na lógica comercial e industrial da indústria fonográfica, a produção independente pode se apropriar com propriedade dessas novas formas de acesso ao conteúdo. A estratégia de disponibilizar músicas gratuitas na internet para os usuários ganhou e ganha cada vez mais adeptos, ao mesmo tempo em que também cresce o consumo pago de música digital na rede. O que demonstra um investimento, embora um pouco atrasado das companhias nesse tipo de mercado. As pioneiras nesse sentido também foram as *indies* (tanto as bandas, quanto as gravadoras). E atualmente várias delas investem em um modelo que mescla a forma gratuita com a paga. Sites como das gravadoras Roadrunner e Trama Virtual possibilitam que as bandas disponibilizem seu material de forma gratuita e estabelecem uma espécie de ranking para as bandas, as mais acessadas ou aquelas que despertarem a atenção de algum produtor da gravadora podem ser selecionadas para contratos ou serem remuneradas de acordo com o número de downloads, o chamado download pago.

São formas inovadoras, contudo cada vez mais se evidencia uma perspectiva dos artistas, principalmente daqueles que fazem parte da atual cena independente, de não esperar por retorno financeiro com a venda de discos físicos ou mesmo músicas em meio virtual. Tal atitude é perceptível na disponibilização quase sempre gratuita na rede de músicas e discos de tais artistas, quando não associadas a mensagens de incentivo a redistribuição.

Um modelo de negócios alternativo ficou demonstrado por Lemos et al. (2008) no qual os artistas locais tentam fazer com que suas músicas sejam divulgadas para o maior número de pessoas, de forma que eles possam ser reconhecidos e fazerem mais shows, e com isso incrementar sua capacidade de gerar renda, inclusive pela venda de CDs, mas passando ao largo de/e subvertendo conceitos tradicionais de direitos autorais e pirataria. A partir da apropriação tecnológica, o cenário musical em Belém se intensificou e se voltou para a cultura regional, fomentando uma cena local que movimenta todo um mercado alternativo e cultural na cidade, com características peculiares da prática local.

Paralelamente, o circuito alternativo da cena rock também se movimentou e adaptou-se a essa perspectiva de cada vez mais disponibilizar o acesso livre aos conteúdos culturais, tentando por outro lado garantir sua sustentabilidade. Essa forma também se evidencia em experiências como a do circuito Fora do Eixo, que tenta introduzir práticas associadas à economia solidária, cooperativismo e tecnologias sociais⁶.

A cena independente no Distrito Federal

Clodomir Ferreira (2008), em sua tese de doutorado, aponta o disco do grupo “Os Quadrados” como o primeiro independente gravado em Brasília no ano de 1966. De fato, a produção independente nessa época ainda não possuía uma “consciência plena” do que viria a ser o discurso independente brasileiro enquanto espaço “institucionalizado” de produção, o que aconteceu mais de uma década depois, quando o pianista Antônio Adolfo gravou em 1977 o seu disco *Feito em Casa*, tido por muitos autores como o primeiro independente brasileiro.

A cena do rock na capital se formou em torno de algumas bandas formada entre amigos ainda em meados da década de 1970. Essas bandas viriam a se projetar nacionalmente

⁶ O regimento interno e a carta de princípios do circuito destacam essas intenções. Os coletivos, por exemplo, são definidos pelo regimento como entidades sem fins lucrativos.

nos anos 1980, permitindo a alavancagem do Distrito Federal como um destaque no cenário musical brasileiro a partir dessa época.

O músico Marcelo Carvalho acompanha e participa do cenário musical brasiliense desde a geração dos anos 1980, primeiro com a sua banda 69 e posteriormente realizando trabalhos ligados à área de produção e negócios no meio musical. Marcelo afirma que o modelo de produção nos 1980 era bastante diferente e praticamente todas as bandas que se destacaram assinaram contrato com uma grande gravadora. “Mas tinha os independentes também, tinha o Liga Tripa, tinha o Renato Matos, só que sempre com um tipo de produção mercadologicamente falando meio marginal”⁷.

Após a projeção nacional das bandas de Brasília, houve uma maior atenção do mercado fonográfico nacional e da mídia especializada para o que acontecia no cenário musical brasiliense. Passados os anos 1980 e o sucesso sem precedentes de Legião Urbana, Plebe Rude e Capital Inicial, ficou o legado para as bandas posteriores o que representou também um peso, uma sombra que de certa forma foi negada pelas bandas posteriores da cidade que viriam a fazer sucesso. Já na década de 1990, os grupos de rock locais contavam com o apoio de iniciativas como a “Feira de Música e da programação musical da Rádio Cultura” (FERREIRA, 2008, p.231).

Em Brasília poucas rádios se dedicam ou tem como carro-chefe em sua programação a produção das bandas/artistas independentes locais. Um aspecto peculiar de Brasília é o fato de contar com diversas rádios públicas, como a Senado, Nacional, Câmara, Verde-Oliva, Cultura, Justiça e Força Aérea, que não estão presas aos apelos comerciais. A programação musical nessas rádios está mais voltada para a música popular brasileira, privilegiando os estilos nacionais. Mais recentemente a rádio comunitária Sonora FM surgiu como proposta, mas seu *playlist* muito heterogêneo também não privilegia as bandas da cidade. Portanto não se verifica um espaço significativo no rádio para a produção das bandas independente de rock locais.

Uma das exceções fica por conta da Rádio Cultura. Emissora pública mantida pelo Governo do Distrito Federal, a rádio iniciou suas atividades em 1992, com uma proposta de tocar os artistas da cidade, tendo desde então uma inclinação para as bandas de rock, como destacava o coordenador de programação e locutor Tenisson Otoni: “a Cultura tem um slogan que nós tentamos fazer acontecer mesmo, que é o da rádio que toca Brasília. Mesmo se não

⁷ Marcelo Carvalho, entrevista concedida em 20 dez. 2010.

fosse pela opção da rádio (pelo rock) acabaria acontecendo assim porque a maior parte do material local que vem é de pop/rock”⁸. Segundo Tenisson, a música dos artistas de Brasília ocupa em média de 30 a 40% da programação musical da rádio. Na grade de programação também figuram programas específicos em que o rock brasiliense é o destaque.

Voltando a reflexão para o cenário interno da música produzida e consumida na cidade, percebe-se a adoção de paradigmas diferentes por aqueles que compõem a cena. Basicamente pôde-se perceber caminhos distintos sendo seguidos pelos entrevistados para esse trabalho, embora haja convergências de práticas e opiniões entre eles.

Um desses caminhos é o ligado aos coletivos, que se inspiram no modelo do Circuito Fora do Eixo. Formado em geral por bandas mais novas, esse modelo se baseia no trabalho colaborativo, quase voluntário, de pessoas, em geral integrantes de bandas, que empreendem esforços no sentido de formar uma rede de cenas locais, compreendendo o Plano Piloto e algumas outras regiões administrativas, integrando-se a um modelo nacional estruturado de forma semelhante. Para esse modelo, o principal mediador das ações engendradas é a internet. Para Fernando Jatobá, integrante do coletivo Esquina, a forma de atuar do circuito Fora do Eixo já está se consolidando:

Essa ideia de trabalhar coletivamente, pensar coletivamente, pensar no todo e não no seu. Pensar as coisas a favor do coletivo, que sejam interessantes para a cena. A partir daí cada coletivo faz a sua cena e isso tudo é interligado via internet. Como não tem dinheiro envolvido, ninguém é chefe de ninguém. A gente trabalha na base da troca de serviços, as bandas que se aproximam, prestam algum serviço, divulgam um evento e aí a troca acontece se elas quiserem tocar em algum evento nosso, tocar fora de Brasília.⁹

Outro modelo caracteriza-se como um meio termo entre o modelo atual da indústria fonográfica em geral, associado às especificidades do atual cenário local. Esse arranjo transparece nas práticas reveladas por produtores que atuam na cidade há mais tempo, como a GRV, e se caracteriza pela linha mercadológica de atuação, com uma postura em defesa ao benefício voltado para a cadeia de produção musical.

Dessa forma, Gustavo Vasconcellos define seu modelo de negócios como sendo “360 graus”. “A gente faz tudo, a gente participa da produção, da edição, da gravação, da distribuição, da industrialização, da comercialização e da prestação de contas, esse somatório é que nos dá na prática a possibilidade de permanecer assim”. Gustavo também não concorda

⁸ Tenisson Ottoni, entrevista concedida em 15 dez. 2010.

⁹ Fernando Jatobá, entrevista concedida em 16/12/2010.

com a tendência apontada por alguns de que o disco deve desaparecer, sendo que os shows devem ser a principal forma de renda. “Tem gente que fala que o grande lance é o show, porque falar isso se na verdade o grande lance pode ser tudo, pode ser o show, mas pode ser a venda de CD, de vinil, digital”¹⁰.

Nesse modelo adquire importância o incentivo ao empreendedorismo, a livre iniciativa e uma participação governamental menos direta e mais restrita e outros aspectos mais práticos e mercadológicos da produção musical. O que se evidencia na percepção do empresário sobre sua condição perante as gravadoras multinacionais:

Não existe um estímulo tributário para mim que sou um brasileiro perante uma multinacional, eu pago rigorosamente a mesma tributação de um cara que vem com um dinheiro que vale duas vezes o nosso. Nós andamos em questão da valorização, da diversificação, nosso problema não é produção é a dificuldade do acesso, da visibilidade.¹¹

Divergentes quanto às formas de atuar para atingir seus objetivos, existem certas semelhanças em algumas perspectivas desses dois modelos, em especial quanto à sua condição de independentes e as mudanças tecnológicas que vêm modificando radicalmente a forma de produzir e consumir música.

Se coubesse apontar uma terceira via conciliatória entre as convicções seguidas pelos coletivos do Fora do Eixo e pela gravadora GRV, este seria o caso do Senhor F. Marca, idealizada pelo jornalista Fernando Rosa, lançada em 1998 como uma revista eletrônica cujo foco era o resgate da história do rock nacional, com especial atenção pelos independentes. A partir daí a revista ganhou notoriedade e o trabalho se expandiu para outras áreas afins.

Vieram então as *Noites Senhor F*, que surgiram como um evento ligado à revista, e em 2001 o Senhor Festival. Em 2004 fundou o selo Senhor F discos, reconhecido como um dos mais importantes do rock independente nacional atualmente. Alternando-se entre Brasília e Porto Alegre, lançou artistas que são destaque dentro do circuito independente nacional, o qual ele próprio se esforça para consolidar. O fato de lançar bandas e artistas de outros estados que não só do Distrito Federal certamente ajuda a dar uma dimensão nacional ao trabalho. Fernando Rosa apresenta formas híbridas de se estruturar como produtor musical independente. Em uma das matérias disponíveis em seu site na internet, é usado o termo *holding indie* para caracterizar a fórmula adotada pelo Senhor F para estruturar sua atuação no mercado independente (ROSA, 2010).

¹⁰ Gustavo Vasconcellos, entrevista concedida em 17/12/2010.

¹¹ Gustavo Vasconcellos, entrevista concedida em 17/12/2010.

Quando a gente fez a brincadeira da *holding indie*, a gente fez como um modelo para estruturar e para poder rodar o negócio. Porque é um negócio, independente, mas é um negócio. Você tem que dá um aspecto profissional, tem o festival, as noites, as bandas, o portal, a gente disputa editais. Nós nos adequamos às exigências de uma realidade legal e física.¹²

Muito da diferença de filosofia entre projetos independentes em uma mesma cidade vem de como esses produtores-músicos se colocam na relação/percepção daquilo que fazem e do sistema no qual estão inseridos. Os produtores entrevistados atuantes há mais tempo, que estão no mercado principalmente a partir da década de 1980, tenderam a valorizar a música como propriedade intelectual no sentido mais clássico do termo, enfatizando as relações mercadológicas advindas do processo de produção musical.

Existe uma economia que é baseada numa matéria-prima, que é o produto música, o barzinho com música, a gravadora, a editora, a rádio, esses caras inventaram isso por causa da música, antes da dependência existe um negócio. Então é muito bom que existam esses mecanismos, vinil, CD, música digital, mas que de alguma forma eles remunerem todos que participam desse processo. Porque daqui a pouco a gente corre o risco de não ter mais produção, porque como eu vou produzir se eu não como.¹³

Enquanto por outro lado a movimentação que partiu de produtores-músicos mais novos, que começaram a atuar após os anos 2000, não transparece (pelo menos ainda) uma preocupação com formas mais tradicionais de remuneração a partir do trabalho com a música, pelo contrário os próprios procuram associar suas práticas abertamente a conceitos de cultura livre e de economia solidária, como fica evidenciado também no próprio uso da palavra coletivo para se definirem.

Como coletivo não espero retorno financeiro com venda de música porque a gente não paga salário, o que entra é do coletivo e serve para pagar as despesas, e normalmente tem saído mais do que entrado, temos algumas dívidas para administrar, então toda a grana que entra é do coletivo.¹⁴

Pode-se notar essa diferença de abordagem também quanto ao significado atribuído ao papel da internet na produção musical. O modelo do circuito Fora do Eixo é baseado na possibilidade de interligação dos coletivos via internet. Na rede acontece praticamente toda a articulação do circuito de forma nacional ou mesmo regional.

O portal do circuito, baseado em uma plataforma de software livre, tem uma proposta de congregar as ações desenvolvidas localmente, divulgar diretrizes e eventos ligados ou de

¹² Fernando Rosa, entrevista concedida em 29/12/2010.

¹³ Gustavo Vasconcellos, entrevista concedida em 17/12/2010.

¹⁴ Fernando Jatobá, entrevista concedida em 15/12/2010.

interesse do circuito. A comunicação institucional entre os integrantes se dá praticamente por meio de listas de emails corporativos, cada um respondendo por uma área específica. A divulgação dos eventos realizados também acontece principalmente na rede. A centralidade do papel da internet na atuação é destacada por Everaldo Albuquerque do coletivo Cultcha:

Os coletivos dependem da internet, só tem coletivo porque tem internet. Sem ela não teria como articular uma plataforma em que se compartilham os projetos. Lá estão hospedados todos os projetos do circuito, as reuniões são on-line, o contato se você quiser fazer uma turnê, então internet é o que faz os coletivos existirem.¹⁵

Se nesse ponto de vista a internet não só facilitou o trabalho, mas de certa forma tornou possível realizar a ideia do circuito Fora do Eixo, por outro ângulo a internet é tida também como um meio que modificou a cultura de consumir música para uma geração que não quer necessariamente mais ter que pagar para escutá-la ou possuir um CD.

Essa virtualização da música fez com que a quase totalidade dos novos artistas, para serem reconhecidos, disponibilizassem suas músicas gratuitamente na internet, tendo o CD como uma espécie de cartão de visita ou portfólio da banda. Com isso as formas de remuneração, em se tratando de artistas independentes, afunilam-se cada vez mais para participação em bilheteria de shows. Mas na perspectiva de alguns produtores essa tendência tem prejudicado especialmente os artistas/produtores de conteúdo em benefício do consumidor.

A internet chegou ao Brasil em 1995, então você tem toda uma geração que não sabe o que é um disco, ou que é comprar música, como você vai conseguir sustentar um negócio se ninguém compra, ou ainda como eu vou produzir se ninguém compra. Até agora não percebo uma tentativa que seja benéfica para quem produz, tudo é benéfico para quem consome.¹⁶

No caso do Senhor F, Fernando Rosa faz questão de destacar que sua marca é fundamentalmente virtual e não abre mão de disponibilizar gratuitamente os discos dos artistas da gravadora na rede, mesmo isso tendo lhe causado dificuldades com a empresa que distribuía os discos físicos. Para ele, a internet só não representa tudo porque “você tem que ter o físico de alguma forma, as pessoas tocando nos shows”.

Considerando a realidade dos downloads na internet, Fernando negocia com as bandas de outra forma. Segundo ele, em seus contratos é deixado claro sua forma de remuneração e

¹⁵ Everaldo Albuquerque, entrevista concedida em 15/12/2010.

¹⁶ Gustavo Vasconcellos, entrevista concedida em 17/12/2010.

não há cessão dos direitos dos fonogramas para a gravadora. Ainda assim, as músicas são registradas para possibilitar remuneração em caso de uso comercial por empresas, por exemplo, contudo, as negociações devem ser feitas em conjunto com os artistas

A gente compra a ideia de disponibilizar as músicas na internet, as bandas do selo todas trabalham com essa lógica, todas têm o disco pra baixar lá. E você percebe que isso é uma lógica que tem dado certo por isso. As bandas do selo circulam por causa disso, não tem CD das bandas em outras cidades, no entanto você vai fazer show e tem público. É claro que cai a venda de disco, mas a experiência mais eficiente que a gente montou com as bandas que circulam é um acordo onde a gente leva 20% de tudo. É um esquema transparente.¹⁷

Segundo Marcelo Carvalho, nos modelos de negócios baseados na internet está quase sempre implícita uma parte *free* e uma parte *premium*. Com a parte gratuita servindo para chamar a atenção e gerar reconhecimento para convencer as pessoas em algum momento do processo a pagar por um outro conteúdo.

Ao mesmo tempo quando a cultura do *free* é predominante a pessoa que quer cobrar por aquilo que ela faz, que ela leva a sério, ela é vista como capitalista, é do sistema, é vendida, como se os computadores da Apple, o Ipod, o Iphone, o carrão, não fossem coisas do capitalismo.¹⁸

A disseminação da chamada “cultura do grátis”, segundo Marcelo Carvalho, pode trazer o que ele considera uma exacerbação do amadorismo. Tomemos emprestado o conceito do culto ao amadorismo do ex-empresário da internet e escritor americano Andrew Keen (2009), segundo o qual por conta da internet a cultura estaria sendo rebaixada, já que na rede os produtos e as opiniões de amadores não se distinguem das dos especialistas e profissionais. Nesse aspecto, os entrevistados convergiram sua opinião no sentido de que o desafio para consolidar uma cena independente consistente na cidade é o profissionalismo. Everaldo Albuquerque, do coletivo Cultcha, faz uma autocrítica nesse sentido: “Aqui em Brasília nós não sabemos fazer divulgação, porque os eventos são bons, a gente faz um evento barato, a cerveja é barata, o local é acessível, porque o público não tá chegando?”¹⁹

Em relação à percepção sobre o público brasiliense e sua propensão a participar dos eventos culturais promovidos por artistas da cidade e valorizar o artista local, nota-se que a ideia geral é a de que o brasiliense não se interessa tanto pela cena local.

Nós não conseguimos construir um mercado consumidor interno do que é produzido aqui, principalmente em larga escala; num lugar onde não tem

¹⁷ Fernando Rosa, entrevista concedida em 29/12/2010.

¹⁸ Marcelo Carvalho, entrevista concedida em 20/12/2010

¹⁹ Everaldo Albuquerque, entrevista concedida em 15/12/2010.

política pública, não tem estímulo ao mundo privado, raríssimos canais de difusão, fica difícil fidelizar um consumidor.²⁰

Como uma forma de tentar atrair mais esse público, os coletivos tentam fazer com que seus pontos ajam de uma maneira focada localmente, mapeando os espaços geográficos, tanto no Plano Piloto como nas demais regiões administrativas. Dessa forma, a ideia é que cada um seja responsável por movimentar sua cena local, já que as bandas locais têm um maior conhecimento em relação ao público da sua cidade.

A ideia é que cada um faça a cena na sua cidade, porque eu não sei onde tem que ir em Taguatinga para panfletar, mas o cara que mora lá ele sabe, porque ele sai lá, conhece o dono do lugar, conhece o público, sabe quais bandas colocar. Aqui em Brasília o pessoal do plano não vai para satélite para ver um evento e o pessoal da satélite não vem para o plano.²¹

Entre os entrevistados, vários deles citam que uma das maneiras mais efetivas atualmente para as bandas novas e independentes chegarem ao público de forma mais imediata são os festivais. O incremento no número e uma melhoria na organização desses eventos têm se mostrado uma excelente alternativa para divulgar a música e dessa forma conseguir o reconhecimento do público.

Um ponto a ser considerado é o ainda incipiente mercado para grandes shows no Distrito Federal. O jornalista Marcos Pinheiro aponta que cidade carece de locais adequados que possam sediar grandes espetáculos e essa carência certamente tem reflexos no desenvolvimento do mercado musical brasileiro. Tradicionalmente Brasília não faz parte do circuito das bandas internacionais quando em turnê pelo Brasil. A situação tem mudado recentemente, sendo que um dos primeiros festivais a reunir bandas internacionais de renome foi o Brasília Music Festival, realizado em 2003. Desde então houve na cidade opções mais diversificadas, porém a vinda dessas bandas só faz aumentar a sensação da necessidade de pelo menos um espaço adequado para shows de grande porte na capital.

Já o circuito de festivais independentes tem crescido de maneira significativa. Em 2005 houve a fundação da Associação Brasileira dos Festivais de Música Independente (Arafin). A Arafin reúne atualmente mais de 40 festivais que acontecem em diversas cidades do Brasil em um público estimado de 300 mil pessoas e promovendo a circulação de cerca de 600 bandas. A organização vem se firmando como uma das mais importantes

²⁰ Gustavo Vasconcellos, entrevista concedida em 17/12/2010.

²¹ Fernando Jatobá, entrevista concedida em 15/12/2010.

agregações organizadas no intuito de consolidar e integrar a cena do rock independente nacional. No Distrito Federal são dois os festivais ligados à Abrafin, o Porão do Rock e o El Mapa de Todos. Este segundo é produzido por Fernando Rosa, que foi também foi um dos articuladores da fundação da associação. O festival El Mapa de Todos tem focado em uma nova área de atuação de Fernando que é a integração com as bandas de outros países da América do Sul.

Percebe-se que o próprio conceito de circulação, significando tocar em diferentes cidades brasileiras dentro de um circuito de shows, aparece constantemente no discurso das produtores/bandas entrevistados. A percepção é a de que é necessário circular para chegar a públicos novos, contudo a ideia de sair de Brasília para se estabelecer em pólos culturais como São Paulo ou Rio de Janeiro já não é vista como a única maneira de fazer isso. Marcelo Carvalho afirma que estaria implícito na carreira do músico de qualquer lugar do mundo estar em constante viagem para ser reconhecido. O que muda é que as bandas locais não precisam se estabelecer, ou morar em cidades como Rio ou São Paulo, para poderem se projetar.

Essa noção de estar em circulação é um dos pilares que movimenta o circuito Fora do Eixo, que também está ligado à direção da Abrafin. Segundo Fernando Jatobá, dentro do circuito é possível transitar por cerca de 50 cidades brasileiras. Ao mesmo tempo em que sua contrapartida é possibilitar que bandas dessas cidades venham tocar aqui.

Nossa banda já tocou nas cinco regiões do Brasil e isso vem com o trabalho do coletivo, mas tem que entender que não vai receber cachê, hotel, passagem e o show não vai estar lotado. Tem que investir, se a banda tiver uma boa aceitação vai ter retorno, a diferença de público de uma cidade para outra é muito grande, de vendas, de aceitação, e às vezes você sendo de fora as pessoas falam mais da sua banda.²²

Em Brasília, o Festival Porão do Rock completou em 2011 sua 13ª edição e já se consolidou como vitrine para novas bandas locais mostrarem seu trabalho ao lado de bandas famosas nacionais e internacionais. A fórmula já se modificou ao longo dos anos, mas permanece chamando a atenção do público e das bandas locais. A edição do ano de 2010 ficou marcada pela realização do festival “Brasília outros 50”, que reuniu artistas da cidade em protesto à programação oficial das comemorações do aniversário da cidade e também a então situação política do Distrito Federal.

A partir das entrevistas com os artistas/produtores percebe-se um esforço de articulação e profissionalização da cena musical independente que se mostra atualmente em

²² Fernando Jatobá, entrevista concedida em 15/12/2010.

forma de organizações, algumas mais, outras menos formalizadas. A partir da junção dessas iniciativas tem crescido o reconhecimento e o espaço ocupado por elas tanto local quanto regionalmente. Segundo Fernando Rosa, várias pessoas ligadas direta ou indiretamente ao circuito independente nacional têm ocupado cargos de gestão nas áreas culturais de seus estados ou cidades.

Conclusões

O significado da palavra independente para a música vem se modificando de acordo com a época e o contexto histórico-social em lugares diferentes e servindo para diferentes propósitos, sejam eles político-ideológicos, estéticos ou mercadológicos. Historicamente restrita a uma audiência local e reduzida, a produção musical independente estaria então forçosamente condicionada a ser conhecida por uma pequena parcela do público. Mas, a partir das possibilidades inauguradas pela rede mundial de computadores, esse conteúdo vem ganhando visibilidade crescente.

A reviravolta proporcionada pela disseminação da internet parece ter favorecido o segmento independente em diferentes níveis, seja pela simples possibilidade de divulgação mundial que acontece livremente na rede, mesmo que na maioria das vezes isso ocorra de forma gratuita, seja pela virtual condição de concorrer em igualdade com artistas já reconhecidos ou ainda de chegar a um público interessado muito mais amplo e de forma mais eficiente.

Alguns desses mesmos motivos vêm ocasionando transformações na indústria fonográfica na medida em que vem crescendo o acesso à rede mundial de computadores. O dinheiro circulante na indústria fonográfica vem diminuindo gradualmente. As atuais formas de atuação dessas empresas sugerem uma perda de poder significativa das gravadoras em suas negociações em diferentes instâncias. Desde a inversão de papéis do artista que contrata a gravadora para lançar seu disco, até a aceitação de acordos de licenciamento das músicas para empresas de tecnologia. A questão central para as grandes companhias vem sendo imaginar uma forma de ganhar dinheiro em meio a essa nova realidade sobre a qual ela não detém o controle. Já os artistas parecem cada dia mais se interessarem por conhecer as novas práticas

tecnológicas e de certa forma dispor de maior autonomia e poder de barganha para negociar o seu trabalho. O que não necessariamente significa maiores ganhos financeiros.

Da mesma forma que diminuem os recursos no mercado musical também decrescem as possibilidades de remuneração para os artistas. A propensão de uma geração, que cresceu com a internet, em baixar músicas gratuitas moldou a percepção de novos artistas independentes, os quais muitos deles pertencentes a essa mesma geração, de esperar conseguir dinheiro com a venda de músicas, sejam elas virtuais ou físicas. Diante desse cenário de mudança, onde um arranjo que permaneceu nas mãos das grandes companhias inclusive controlando as inovações tecnológicas durante praticamente um século e que agora elas assistem gradativamente saírem do seu domínio, surgem modelos diferentes baseados em outros princípios que não exclusivamente os de mercado, mas misturados a estes.

Esses modelos híbridos apontam as direções para as quais o mundo da música tem seguido. São formas calcadas em parcerias, maior liberdade para os artistas, margens de lucro menores e tentativas de compensar a queda nas vendas de discos com outras formas de remuneração. Ao que parece, esses modelos têm sido favoráveis aos independentes, já que incorporam algumas práticas usuais ao segmento. Ao mesmo tempo, a reivindicação pelo acesso aos meios de produção e distribuição pleiteada pelos independentes tem introduzido estratégias já compreendidas e largamente difundidas nos meios empresariais do setor de entretenimento. Essas estratégias compreendem dominar toda a cadeia produtiva ligada à atividade, prática conhecida nos grandes mercados como *holding*, e concentrar esforços em áreas comuns em conjunto com outros atores do setor. Obviamente tais iniciativas não têm os efeitos econômicos e sociais das proporções dessas mesmas práticas quando adotadas por grupos econômicos multinacionais, mas denotam em pequena escala um movimento importante de mudança de paradigma.

Essa “tomada de consciência empresarial ou empreendedora” aparece conforme as tecnologias se consolidam. A popularização da internet e o aparecimento dos formatos digitais e das gravações caseiras possibilitaram uma produção “totalmente” independente, onde artistas assumem cada vez mais as funções de produzir, gravar, distribuir e promover seu material, muitas vezes através de seu próprio selo musical ou somente de forma despretensiosa pela rede. Entre outras coisas, isso possibilitou aos artistas ou produtores total controle sobre seu material em termos de concepção artística e autonomia, mas por outro lado também impôs que esses artistas/produtores muitas vezes assumissem as funções de uma

gravadora, o que pode ser percebido nos projetos e ideias de iniciativas distintas que convivem dentro do Distrito Federal. Nacionalmente é possível perceber que o discurso da produção musical independente brasileira, retomado nos início dos anos 2000, a partir de gravadoras como Trama e Biscoito Fino e da Associação Brasileira de Música Independente, adquire novas características principalmente com o surgimento de iniciativas como o Circuito Fora do Eixo e a Associação Brasileira de Festivais Independentes, ambas em 2005.

Nota-se que algumas dessas iniciativas e projetos vêm alinhadas com uma ideologia política que se estabelece no país a partir da chegada ao poder do atual partido governante. Muito embora algumas críticas à falta de políticas econômicas ou fiscais de incentivo à iniciativa privada no Brasil e a desconfiança de alguns em relação à participação direta do governo no setor cultural, a percepção geral é que o país caminha em direção a uma maior democratização das oportunidades para aqueles que se inclinam ao ofício das artes e cultura no país. É possível também identificar um conflito entre gerações que coexistem nessa atividade. Aqueles que se estabeleceram na década de 1980 e começo de 1990 mantêm uma postura crítica e de maior desconfiança em relação às práticas inauguradas com a internet. Já aqueles que se estabelecem após a segunda metade dos anos 1990 em meio à popularização dos meios digitais tendem a aderir de forma mais entusiástica a essas novidades que de certa forma possibilitam e são fundamentais em sua atuação.

Aquilo que se percebe de comum entre esses produtores/artistas, cujas intenções são fazer música e/ou se manter a partir dela, é a busca por formas de viabilizar, tornar sustentável ou ao menos sem prejuízo sua atividade, o que consensualmente não é uma tarefa fácil. Isso é feito mediante estratégias as quais, de uma forma ou de outra, incluem ou são baseadas na rede mundial e que possibilitam sua atuação de forma independente e autônoma dentro de um espaço simbólico construído por aqueles que compartilham das mesmas ideias.

Referências

ALL Music. Disponível em: <All Music - www.allmusic.com>. Acesso em: 12 dez. 2010.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **A indústria cultural**: o esclarecimento como mitificação das massas em dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1985.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FESTIVAIS INDEPENDENTES [Abrafin]. Disponível em: <<http://abrafin.com.br>>. Acesso em: 06 jan. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MÚSICA INDEPENDENTE [ABMI]. Disponível em: www.abmi.com.br. Acesso em: 15 ago. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCO [ABPD]. **Mercado Brasileiro de Música 2009**. Disponível em: <www.abpd.org.br/downloads>. Acesso em: 17 dez. 2010.

BISCOITO Fino. Disponível em: <www.biscoitofino.com.br>. Acesso em: 08 set. 2010.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO. Disponível em: <www.cetic.br/>. Acesso em: 12 nov. 2010.

COLETIVO Cultcha. Disponível em: <<http://coletivocultcha.blogspot.com>>. Acesso em: 14 nov. 2010.

COLETIVO Esquina: coletivo cultural de Brasília, ponto oficial do DF no Circuito Fora do Eixo. Disponível em: <<http://coletivoesquina.wordpress.com>>. Acesso em: 15 set. 2010.

DE MARCHI, L. **A nova produção independente**: mercado fonográfico e as novas tecnologias da comunicação. Trabalho apresentado ao 4º Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004.

_____. **Indústria fonográfica independente brasileira**: debatendo um conceito. Trabalho apresentado ao 5º Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Rio de Janeiro, 2005.

_____. **A nova produção independente: indústria fonográfica brasileira e as novas tecnologias da informação e comunicação**. 2006. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2006.

DIAS, M. T. **Os donos da voz**. São Paulo: Boitempo, 2000.

FERREIRA, C. S. **Impressões digitais da (in)dependência**: os Cds (in)dependentes em Brasília: 1990 a 2007. 2008. Tese (Doutorado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

FORA do Eixo. Portal. Disponível em: <<http://foradoeixo.org.br/institucional>>. Acesso em: 09 set. 2010.

FRITH, S. **Sound effects**: youth, leisure and the politics of rock n' roll. New York: Pantheon Books, 1981.

GRV Media e Entretenimento. Disponível em: <www.grv.art.br/>. Acesso em: 25 set. 2010.

HOBBSAWM, E. J. **História social do jazz**. Tradução de Ângela Noronha. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY [IFPI]. Digital Music Report 2010 Keyhighlights. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/>>. Acesso em: 27 nov. 2010.

KEEN, A. **O culto do amador**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2009.

LEMOS, R. et al. **Tecnobrega**: o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008. Disponível em: <<http://virtualbib.fgv.br/dspace/handle/10438/2653>>. Acesso em: 29 dez. 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2000.

PAULINO, F. O. **Responsabilidade social da mídia**: análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha. 2008. Tese (Doutorado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

RADIO Cultura. Disponível em: <www.culturafmdf.com.br>. Acesso em: 15 ser. 2011.

RADIO Nacional FM Brasília. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/canais/radios/radio-nacional-fm-brasilia>. Acesso em: 15 set. 2011.

ROSA, F. **Led Zeppelin I, ou a invenção do heavy metal**. Disponível em: <<http://www.senhorf.com.br/agencia/main.jsp?codTexto=6079>>. Acesso em: 29 dez. 2010.

ROADRUNNER Records. Disponível em: <<http://www.roadrunnerrecords.com>>. Acesso em: 05 nov. 2011

SENHOR F. Disponível em: <www.senhorf.com.br>. Acesso em: 15 out. 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS [SEBRAE]. **Música Independente**: estudos de mercado. 2008. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/setor/cultura-e-entretenimento/o-setor/musica>>. Acesso em: 31 out. 2010.

_____. **Pesquisa de Perfil do consumidor cultural do Distrito Federal**. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/A303D74DBFFBED518325774200703A64/\\$File/NT0004425E.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/A303D74DBFFBED518325774200703A64/$File/NT0004425E.pdf)>. Acesso em: 5 out. 2011

THÉBERGE, P. **Any sound you can imagine**: making music/consuming technology. Hanover: Wesleyan University Press, 1997.

THOMPSON, J. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TINHORÃO, J. R. **Música popular do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.

TRAMA. Disponível em: <<http://trama.uol.com.br>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

VIANNA, H. **O mistério do samba**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.

VICENTE, E. A vez dos independentes (?): um olhar sobre a produção musical independente do país. **E-compos**: revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v.7, p.1-19, dez. 2006. Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 02 nov. 2010.

_____. Música independente no Brasil dos anos 90. **Cultura Vozes**, Petrópolis, v.95, n.1, p.81-86, 2001.

Artigo recebido em agosto de 2011 e aprovado em setembro de 2011.