

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA**

WELLINGTON CÉSAR MARTINS LEITE

**OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS
DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO**

BAURU

2020

WELLINGTON CÉSAR MARTINS LEITE

**OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS
DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni.

**BAURU
2020**

Leite, Wellington César Martins
Os Músicos Independentes de Bauru e o uso de Tecnologias de
Comunicação: acesso e Aproveitamento / Wellington César Martins Leite
/ 2020.

Total de Folhas: 393. Il.

Orientador: Antônio Francisco Magnoni

Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade
de Arquitetura Artes e Comunicação, Bauru, 2020.

I. Música Independente. II. Mídias Digitais. III. Música de
Bauru. IV. Comunicação. V. Tecnologias Digitais. I. Universidade
Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação. II
Título.



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Bauru



ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE WELLINGTON CESAR MARTINS LEITE, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU

Aos 31 dias do mês de julho do ano de 2020, às 09:00 horas no(a) via sistemas de videoconferência e outras ferramentas para comunicação a distância, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Professor Assistente Doutor ANTONIO FRANCISCO MAGNONI - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp - câmpus de Bauru / Universidade Estadual Paulista, Professor Adjunto LEONARDO GABRIEL DE MARCHI do(a) Teoria da Comunicação / Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Professor Adjunto MARCELO KISCHINHEVSKY do(a) Núcleo de Rádio e TV / Universidade Federal do Rio de Janeiro, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da TESE DE DOUTORADO de WELLINGTON CESAR MARTINS LEITE, intitulada 'OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO'. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final **APROVADO**.

Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Professor Assistente Doutor ANTONIO FRANCISCO MAGNONI

Professor Adjunto LEONARDO GABRIEL DE MARCHI

Professor Adjunto MARCELO KISCHINHEVSKY

WELLINGTON CÉSAR MARTINS LEITE

**OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS
DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO**

Banca Examinadora

Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni
Orientador/ PPGMiT/Unesp Bauru

Prof. Dr. Leonardo De Marchi
PPGCOM/Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky
PPG/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dra. Maria Cristina Gobbi
Suplente do Orientador/ PPGMiT/Unesp Bauru

Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini
Suplente do 1º integrante - PPG/Universidade do Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dr. Édio Roberto Manfio
Suplente do 2º integrante - Faculdade de Tecnologia de Garça

Este trabalho é dedicado a Isabela, minha mulher. Não somente a pessoa que multiplicou meu tempo, ao cuidar dos meus bens mais preciosos, Antônio e Pedro, mas por ser a inspiração e o estímulo necessários para finalizar este processo de pesquisa e autoconhecimento. Mesmo ressabiada, às vezes, dada a tendência deste doutorando de abraçar muitas tarefas ao mesmo tempo, me lembrava que só as árvores que dão frutos são alvos de pedradas.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus.

A meu caro orientador Professor Dr. Antônio Francisco Magnoni, o querido Dino. Pessoa que faz parte de momentos que guardo com ternura na minha passagem pela UNESP, apesar de não ter sido meu professor até o doutorado. Sua capacidade de ser solidário e honesto, seu amor aos livros e sua sinceridade foram muito importantes nesse processo de aprendizagem e de pesquisa. Por compartilharmos o mesmo amor pelo rádio e alguns ideais, nosso relacionamento de orientador e orientando foi facilitado. Nossas conversas sempre foram um misto de orientação, dicas culturais e conselhos pessoais. Seu exemplo me inspira a ser um professor melhor.

A minha mãe, Regina, além de fundamental em tudo, a pessoa que me lembra que conhecimento técnico-científico deve ser mais uma ferramenta de aprimoramento pessoal. Afinal, de que serve tanto estudo se não se consegue ser uma pessoa melhor?

Agradeço aos professores Maria Cristina Gobbi e Juliano Maurício de Carvalho, presentes na banca de qualificação. As aulas excelentes, as contribuições amorosas, as observações e correções argutas, a manifesta vontade de compreender o todo e a mão estendida nos momentos de dificuldades também são exemplos que carrego para minha vida pessoal e acadêmica. Através deles, abraço a todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia.

Ao professor Dr. Mauro Ventura, que foi meu orientador durante o processo de mestrado, grande incentivador para eu pesquisasse o rádio (mesmo um pouco fora de sua atuação acadêmica). Obrigado pela generosidade e exemplo de elegância no trato com os outros. Através dele abraço a todos os meus professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, também inspiradores.

Aos Professores Dr. Leonardo De Marchi e Dr. Marcelo Kischinhevsky, presenças teóricas constantes, ambos de escrita inteligente, agradável e precisa, além de gentis ao participarem do primeiro congresso do nosso grupo de Estudos, o GEMS. Grato por aceitarem integrar a banca de defesa e, de antemão, agradeço-lhes pelas contribuições.

Aos funcionários do setor de Pós-Graduação da FAAC. Especialmente Ana Lima, Sílvio Decimone, Helder Gelonezi, Luiz Augusto Campagnani, os mais frequentes colegas a me ajudarem a resolver as burocracias necessárias com carinho, amizade e atenção. Através deles, agradeço a todos os funcionários que vieram se tornar meus colegas de UNESP, que me ajudam desde que entrei no CTI, em 1996, na faculdade em 2000, no concurso

em 2006, no mestrado em 2010 e no doutorado em 2016.

Aos amigos que fiz durante este doutorado e aos outros de longa data, fontes de carinho e leveza.

E, por fim, à própria Universidade Estadual Paulista. Tenho consciência de que as oportunidades de estudos de alto nível que me foram oferecidas foram financiadas por muitas pessoas que jamais pisaram nem pisarão neste campus. Que eu tenha tempo e força para devolver à comunidade uma mínima parte de tudo isso. E que eu possa ajudar a defender a educação pública, gratuita e de qualidade das vozes medievais que querem desmoralizar a ciência e que, por infelicidade, encontraram eco em algumas mentes vazias. Gratidão!

O Caminho para El Dorado

Montado em minha égua chamada Pressa aceitei o desafio: seguir as sendas profundas que poucos dos meus seguiram (por terem se aprofundado em outras). E abrir o peito a perguntas desconhecidas, tais como a de um oráculo a me desafiar antes de sair: “Por que estudar tanto sem ser uma pessoa melhor?”. Logo de início, fui obrigado a parar para responder a insistentes intimações: “Papai, você brinca comigo?” ou “Você quer ver o desenho que fiz?”. Às vezes parava... outras vezes negava ou dissimulava, para alegria de Pressa. Mas, especialmente do meio do caminho para cá, foi imprescindível ser mais honesto, porque eu enganava os outros e a mim: não estava multiplicado e incansável em vários lugares, mas dividido e exausto. Assim, passei mais horas a brincar e a ver, a ouvir mais os caminheiros mais experientes, a aproveitar a jornada e a conhecer mais profundamente o caminho, a prática e as minhas próprias razões. A potra não desistia: arrancava-me alguns pedaços. Eram mordidas violentas que, inexplicáveis, miravam meus cabelos mais que o meu couro... A certo ponto, a égua tendia a se acercar mais a carnicheiros desonrados desejando meu fim do que aos anjos que me ajudavam a seguir. Graças à sorte e às mãos auxiliaadoras, “eu passarinho”. E assim cavalgamos quatro vezes em torno do Sol, equilibrando-nos entre os desejos de Pressa, os meus e certo apuro atencioso a tudo e a todos. Entre chegar louco ou despedaçado, um pouco dos dois. Entre a rendição e a vitória gloriosa, somente eu, mais humano. El Dorado era o caminho.

RESUMO

Sabe-se que o barateamento das tecnologias e fácil acesso à Web possibilitaram que diversos grupos independentes de música brasileira escapassem da velha lógica do mercado fonográfico e midiático (vendendo CDs ou MP3 ou apenas divulgando seu nome, ou do seu grupo, para fazer mais shows, gerando público e estimulando esse público a produzir mais conteúdo, contribuir financeiramente, compartilhar eventos oficiais, num círculo virtuoso e cheio de possibilidades – que um ciberotimista como Shirky denominaria “economia do compartilhamento” e o fim do emprego). Representando ou não suas origens locais, percebe-se, empiricamente, que essas iniciativas autônomas geram trabalho e produtos criativos nas localidades em que estão inseridas. É sob as diversas variáveis que compõem essa realidade (e diversas formas de criatividade sonora que temos ouvido) que buscamos conhecer a realidade dos músicos independentes, suas técnicas de produção e necessidades tecnológicas para verificar os usos e as apropriações dos meios de comunicação analógicos e digitais disponíveis, além de buscarmos conhecer um pouco melhor o público a quem toda essa produção é destinada. Pudemos perceber que a dedicação necessária para dominar as artes da produção musical, muitas vezes é incompatível com as várias horas necessárias para dominar as técnicas de produção audiovisual e as técnicas de divulgação que tiram o melhor proveito das tecnologias digitais. Ademais, verificamos que a tendência de atomização dos produtores de conteúdo (o conto do *self-made artist* romantizado pela mídia) urge ser revertida para ações coletivas, a bem da preservação da atividade musical local como um todo.

Palavras-chave: Música Independente; Mídias Digitais; Música de Bauru; Comunicação; Tecnologias Digitais.

ABSTRACT

Everybody knows the low costs and easy access of nowadays Technologies. These facts allowed many Brazilian independent groups and artists to escape from the old Phonographic and Mediatic Industries rules (for instance, selling CDs or MP3, just trying to reinforce artists or band's names as a brand to make more shows, to achieve more audience and engaging this audience to share and produce contents about the artists, funding the musicians, in a virtuous circle, full of possibilities – that an cyberoptimist like Shirky would call it “sharing economy” and the end of employment). Representing or not independent musicians' origins, we know that these autonomous initiatives create jobs and creative products inside the communities they are in. We aim to understand all the variables that make up this reality, the musicians (and all different sounds that we hear in the city of Bauru), their techniques of Productions and technological needs; We also aim to verify the uses and appropriations that these local musicians do about those analogical and digital Technologies, besides to know a little better their audience. We realize that the dedication the artists must have to mastery his or her art is incompatible with the number of hours that any audiovisual producer and any marketing specialist must dedicate to mastery their activities. Besides that, we noticed that independent musicians tend to atomization (the tale of self-made artist's story glamourized by the media), that must be reversed in collective actions, to the benefits of all local musicians as a group.

Key Words: Independent Music; Digital Media; Music from Bauru; Communication; Digital Technologies.

RESUMEN

Nosotros conocemos que el bajo precio de las tecnologías y el facilitado acceso a la Web son factores que permitieron a distintos grupos independientes de músicos brasileños huyesen de la vieja lógica del mercado fonográfico y mediático (vendiendo CDs o MP3 o solo divulgando su propio nombre o de su grupo, para hacer más shows, generando más público y estimulando ese público a producir más contenido, a contribuir financieramente, compartir eventos oficiales, en uno ciclo virtuoso e lleno de posibilidades – que un ciberooptimista como Shirky llamaría de “economía del compartir”). Representando o no sus orígenes locales, sabemos que esas iniciativas autónomas generan empleos y productos creativos en las localidades em que están inseridas. Es bajo las distintas variables que componen esa realidad (y las diversas formas de creatividad sonora que hemos oído) que nosotros buscamos conocer a la realidad de los músicos independientes, sus técnicas de producción y necesidades tecnológicas para verificar los usos y las apropiaciones de los medios de comunicación analógicos y digitales disponibles. Más allá nosotros buscamos conocer un poco mejor el público a quienes toda esa producción es destinada. Nosotros percibimos que la dedicación necesaria para dominar las artes de la producción musical, muchas veces es incompatible con las muchas horas imprescindibles para dominar las técnicas de producción audiovisual y las técnicas de divulgación que sacan lo mejor provecho de las tecnologías digitales. Adicionalmente, verificamos que la tendencia de atomización de los productores de contenido (el cuento de hadas del *self-made artist* romantizado por los medios), debe ser urgentemente revertida para acciones colectivas, a bien de la preservación de la actividad musical local como un todo.

Palabras claves: Música Independiente; Medias Digitales; Música de Bauru; Comunicación; Tecnologías Digitales.

LISTA DE SIGLAS

ABMI – Associação Brasileira da Música Independente.
AM – Amplitude Modulada.
BAC – Bauru Atlético Clube.
BTC – Bauru Tênis Clube.
CD – Compact Disc.
DVD – Digital Versatile Disc.
EAD – Educação à Distância.
ECAD – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição.
EP – Extended Play.
FIB – Faculdades Integradas de Bauru.
FM – Frequência Modulada.
FOB – Faculdade de Odontologia de Bauru, da USP, Universidade de São Paulo.
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IFPI – International Federation of the Phonographic Industry
ITE - Instituição Toledo de Ensino.
LP – Long Play.
MPB – Música Popular Brasileira.
MPPC – Motion Picture Patents.
NOB – Estrada de Ferro Noroeste do Brasil.
ONU – Organização das Nações Unidas.
PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.
PRG-8 (antiga PRC-8) – prefixo da primeira emissora de rádio bauruense.
PRO-MÚSICA (antiga ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Discos) – Produtores Fonográficos Associados.
RPA – Rádio Publicidade Aimorés.
RFFSA – Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima.
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
SICAM - Sociedade Independente de Compositores e Autores de Música).
SPI – Serviço de Proteção aos Índios.
UNESCO - Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.
UNESP – Universidade Estadual Paulista.
UNIP – Universidade Paulista.

USC – Universidade Sagrado Coração, antiga FAFIL, faculdade de filosofia, atual UNISAGRADO, faculdade de ensino privado, ligado ao Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração.

SESC – Serviço Social do Comércio.

SESI – Serviço Social da Indústria.

WINTEL – Worldwide Independent Market Report.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Dados Demográficos dos Participantes.....	210
Gráfico 2 – Resultados do Engajamento	210
Gráfico 3 – Pergunta 1.....	211
Gráfico 4 – Pergunta 2.....	212
Gráfico 5 – Pergunta 3.....	213
Gráfico 6 – Pergunta 4.....	213
Gráfico 7 – Outros (Pergunta 4)	214
Gráfico 8 – Pergunta 5.....	214
Gráfico 9 – Pergunta 6.....	215
Gráfico 10- Pergunta 7	216
Gráfico 11- Pergunta 8	217
Gráfico 12- Pergunta 9	217

LISTA DE DESENHOS

Desenho 1 - Tela Inicial da Pesquisa Online.....	208
Desenho 2 – Anuência de Participação.....	208
Desenho 3 – Respostas de Outros – pergunta 9.....	219

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1.....	17
1 – Introdução	17
1.1 – Sobre a Pesquisa.....	19
1.1.1–Metodologia.....	20
1.1.2–Hipótese.....	24
1.1.3 – Estrutura do Texto.....	26
1.2 – Fundamentação Teórica.....	26
1.2.1 – O que é Produção.....	31
1.2.1.1 – Produção de Áudio.....	33
1.2.1.2 – Produção de Áudio e Vídeo.....	35
1.2.1.3 – Produção de Shows.....	36
1.3 – Indústria Cultural.....	38
1.4 – O que é Música e Música Independente.....	40
1.4.1 – Variedade Rítmica e de Gênero Musical Brasileira.....	45
1.4.1.1 – Sobre os Gêneros utilizados nesta pesquisa.....	48
1.5 – Arte Popular e Arte Midiática.....	54
1.6 – Ciberespaço.....	57
1.6.1 – Cyberpunks, Computer Lib, Manifesto Cypherpunk, Wikileaks e outros: algumas denúncias sobre a persistência do controle.....	60
1.6.2 – A opção pelo uso do termo.....	65
1.7 – Novos Meios de Comunicação, mídias sociais, redes sociais.....	69
1.8 – Sobre Economia, Comunicação e Cultura.....	70
CAPÍTULO 2.....	84
2 – Introdução.....	84
2.1 – Um cenário mutante: breve história da música e sua indústria no eixo Rio-São Paulo.....	87
2.1.1 – As invenções que nos aproximaram da música.....	89
2.1.2 – O início das Indústrias Culturais no Brasil até os anos 1940.....	94
2.1.3 – Uma revisão da história da música brasileira feita no Rio de Janeiro e em São Paulo.....	104
2.1.4 – As décadas de 1950 a 1970.....	122
2.1.5 – Décadas de 1980 e 1990.....	127
2.1.6 – Dos anos 2000 até hoje.....	133
2.2 – Em Bauru.....	135
2.2.1 – O início das Indústrias Culturais no Brasil até os anos 1940.....	137
2.2.2 – As décadas de 1950 a 1970.....	149
2.2.3 – Décadas de 1980 e 1990.....	158
2.2.4 – Dos anos 2000 até hoje.....	162
CAPÍTULO 3.....	167
3 – Introdução.....	167
3.1 – Formulário com as respostas dos músicos.....	174
3.1.1 – Perguntas fechadas.....	176
3.1.2 – Perguntas abertas.....	179
3.1.2.1 – Pergunta 7.....	179
3.1.2.2 – Pergunta 8.....	182
3.1.2.3 – Pergunta 9.....	184
3.1.2.4 – Pergunta 10.....	185
3.1.2.5 – Pergunta 11.....	188
3.1.2.6 – Pergunta 12.....	189

3.1.2.7 – Pergunta 13.....	191
3.1.2.8 – Pergunta 14.....	193
3.1.2.9 – Pergunta 15.....	195
3.1.2.10 – Pergunta 16.....	196
3.1.2.11 – Pergunta 17.....	198
3.1.2.12 – Pergunta 18.....	200
3.1.2.13 – Pergunta 19.....	202
3.1.2.14 – Pergunta 20.....	203
3.1.2.15 – Comentário adicional.....	205
3.2–Resultados do Questionário.....	208
3.2.1 – Pergunta 1.....	210
3.2.2 – Pergunta 2.....	211
3.2.3 – Pergunta	211
3.2.4 – Pergunta 4.....	212
3.2.5 – Pergunta 5.....	214
3.2.6 – Pergunta 6.....	215
3.2.7 – Pergunta 7.....	215
3.2.8 – Pergunta 8.....	216
3.2.9 – Pergunta 9.....	217
3.2.10 – Pergunta 10 e seus desdobramentos.....	220
3.2.10.1 – A responsabilidade é da sociedade.....	220
3.2.10.2 – Parabenizações, sem comentários e outros caracteres.....	221
3.2.10.3 – A responsabilidade é do músico.....	221
3.2.10.4 – É importante estar no rádio e na grande mídia.....	222
3.2.10.5 – Românticos e filósofos.....	222
3.2.10.6 – A responsabilidade é do indivíduo	222
3.2.10.7 – Relação rádio e jabá.....	223
3.2.10.8 – Afogados em informação de qualidade.....	223
3.2.10.9 – Se estiver na grande mídia perde qualidade.....	223
3.2.10.10 – Música deveria estar na escola.....	223
3.2.10.11 – Está no SESC e na UNESP FM.....	224
3.2.10.12 – Sindicato dos músicos explora e dificulta o trabalho.....	224
3.2.10.13 – Direitos Autorais no YouTube requer debate.....	224
3.2.10.14 – Jovens não gostam e têm vergonha.....	224
3.3 – Conclusão.....	224
CAPÍTULO 4.....	230
4 – Introdução.....	230
4.1 – O Cenário atual e suas possibilidades.....	233
4.1.1 – Possibilidades históricas mais favoráveis.....	236
4.1.2 – Possibilidades que vêm do público.....	248
4.2 – Considerações finais.....	252
REFERÊNCIAS.....	267
APÊNDICES.....	281
Apêndice A – Lázaro Carneiro.....	281
Apêndice B – Maestro Badê.....	291
Apêndice C - Entrevista com Manu Saggioro – MPB.....	316
Apêndice D – Anderson de Paula – Samba.....	321
Apêndice E – Paulo Tonon – Rock.....	327
Apêndice F – Miguel Rosa – Pop Internacional.....	338
Apêndice G – Brandon Pizano – Música Eletrônica.....	344

Apêndice H – Amanda Ingrid – RAP.....	351
Apêndice I – Josiel Rusmont – Pop Nacional.....	355
Apêndice J – Déric de Oliveira – Sertanejo Universitário.....	359
Apêndice K – Mc Nath Menorzinha – Funk Carioca.....	364

A fonte da mensagem é [...] dupla: inclui o comunicador como aquele que seleciona e interpreta as experiências da comunidade, mas também inclui a própria comunidade destinatária. Esta não é apenas envolvida no final do processo, como receptora da mensagem, mas também no princípio, como autora do mesmo: faz parte da fonte manancial, por assim dizer, sua abastecedora.

Mario Kaplún, Produção de Programas de Rádio, 2017, p. 119

CAPÍTULO 1

1 – Introdução

A pesquisa teve como fonte importante a experiência profissional deste pesquisador, que foi acumulada desde 2002 como apresentador de programas e também como produtor artístico, em diversos meios, de um conteúdo criativo que envolveu os artistas de Bauru, onde o rádio ainda é uma fonte importante de entretenimento e de informações para a maioria da população. Apesar do foco no rádio, também trabalhei em televisão e produzi espetáculos musicais; nas três formas de expressão sempre nos interessamos em produzir e apresentar, ao vivo, os repertórios de cantores e autores independentes, uma atividade que nos propiciou o contato direto com muitos músicos de Bauru e região.

O conteúdo pesquisado resulta de uma atuação profissional contínua no rádio, e de alguns períodos na televisão e nos palcos. Nos dois veículos sempre buscamos criar condições e alguns espaços de programação para realizar um trabalho de difusão para as produções musicais oriundas do universo artístico local e independente (além da produção tradicional), uma dedicação que sempre esteve muito próxima daquilo que é denominado, no universo acadêmico, de “curadoria” (GAMBARO; RAMOS; VICENTE, 2018).

Ao atuar para abrir interlocução entre as emissoras e os artistas locais, também pensamos em empreender de forma autônoma e aproveitar as chances oriundas de editais e de chamamentos públicos de organizações públicas ou privadas sem fins lucrativos, iniciativas que complementaram o trabalho rotineiro nas emissoras em que atuamos como produtor e apresentador de programas musicais diários. Assim, um dos nossos principais objetivos, junto à direção dos veículos e do público, foi a harmonização entre o que é necessário para atrair audiência (conforme as estratégias de programação musical e de plástica radiofônica) e contribuir com a divulgação dos artistas locais, para aproximá-los do público de Bauru. Sempre que foi possível, buscamos estabelecer uma relação empática (KAPLÚN, 2017, p. 63) entre os veículos, os músicos e os seus possíveis públicos. Tanto que, ao ingressarmos no mestrado em Comunicação Midiática, a nossa dissertação resultou dessa busca profissional pelas maneiras mais adequadas para valorizar a linguagem e os conteúdos do rádio popular em uma emissora pública de Bauru.

Afinal, em um país que sempre manteve sistemas escolares públicos com padrões

insuficientes para assegurar formação social, cultural e profissional ampla e qualificada a todas as camadas trabalhadoras, a cultura oral-sonora do rádio serviu (e continua servindo) como um instrumento importante de educação não-formal, para a divulgação dos múltiplos gêneros musicais populares que se adaptaram rápido à massificação das indústrias criativas tradicionais. Na atualidade, as emissoras locais e até a radiodifusão comunitária atuam como amplificadores das tradicionais e novas vertentes musicais mais lucrativas, que são impulsionadas pela popularização da internet e de seus canais, aplicativos e dispositivos digitais de comunicação interativa.

Entretanto, é preciso destacar que a partir do declínio da antiga “indústria fonográfica” (DE MARCHI, 2016, p. 18), o cenário de produção e difusão musical contemporânea tornou-se muito mais complexo e descentralizado. Afinal, com a ascensão dos recursos de digitalização e a convergência dos meios de comunicação (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13), o gigantesco oligopólio das gravadoras foi rapidamente desarticulado e fragmentado pelos recursos de registro e difusão musical por *streaming*.

Ao iniciarmos o doutorado, nosso pressuposto inicial para a pesquisa da tese era verificar as novas possibilidades que os cantores e compositores locais tinham para produzir os seus repertórios e também para desenvolver formas diretas de divulgação para os seus públicos, das produções ou apresentações artísticas ao vivo. E o grau de dependência da visibilidade propiciada pelas emissoras locais e regionais de rádio e televisão. Temíamos, naquele momento, que as facilidades de produção e de veiculação digital das músicas feitas em Bauru pudessem levar os seus autores a não encontrarem formas acessíveis e mais adequadas de monetização para os seus conteúdos musicais autorais. Notamos também durante as reflexões teóricas e em abordagens de artistas, ou nas observações das novas formas de relações entre os artistas e seus públicos, um movimento muito interessante protagonizado pelas pessoas que utilizam os recursos digitais para buscar artistas e sons que não são de suas épocas, de como elas procuram por novos nomes e movimentos artísticos, que nem sempre estão presentes ou acessíveis em suas relações pessoais, ou ao seu universo cultural.

Convém destacar que um dos novos recursos utilizados pelos públicos em busca de novos nomes artísticos ou de movimentos musicais continua a ser a programação das rádios especializadas na difusão das muitas vertentes musicais antigas e atuais, nacionais e internacionais. Entretanto, a tradição radiofônica foi atualizada pela digitalização e reforçada pelos movimentos de webrádios e de audiocasts (os conteúdos não lineares e as

audiências de “podcasts” se multiplicam entre as novas gerações, que já não se dedicam mais a ouvir o rádio em seu padrão tradicional de difusão). As novas formas de “radiofonia digital” também funcionam como um serviço especializado de curadoria – inclusive, hoje é crescente o número de ouvintes que aderiram ao hábito de ouvir áudios sob demanda, os chamados Podcasts, que por ser marca consagrada de dispositivo de reprodução digital de áudio, utilizamos no texto o nome técnico de audiocasts. (MAGNONI; MIRANDA, 2016). Há os ouvintes que se inscrevem em rádios sociais (Spotify, Deezer, Last FM, etc.) e, a partir de músicas conhecidas, permitem que os algoritmos lhes indiquem novos nomes de intérpretes e de novas músicas. Existe ainda uma faixa, cuja extensão desconhecemos, de consumidores de música que aprendem novas sonoridades através das produções audiovisuais em fluxo, sob demanda e interativas (TV aberta e a cabo, Web TVs, YouTube, Videogames, entre outros). Uns poucos, por frequentarem clubes sociais como o SESC e bares temáticos, acabam por conhecer os músicos e, assim, passam a seguir, curtir, compartilhar e consumir o conteúdo desses artistas a que assistem ao vivo, e com certa frequência. Infelizmente, também notamos que, mesmo com uma quantidade enorme de informações disponíveis para os públicos em canais e dispositivos digitais, a lógica mercadológica continua sendo mais eficaz ao apresentar os seus artistas contratados por grandes selos, relegando o trabalho autoral independente à cacofonia de sons disponíveis e que não conseguiram chamar a atenção de um número muito grande de pessoas.

É importante ressaltar que esta pesquisa não pretende esgotar o assunto. E, claro, deseja firmemente que os dados gerados por ela, e algumas de suas reflexões teóricas e de campo possam servir aos músicos e a todos os interessados no tema.

1.1 – Sobre a Pesquisa

Questionamo-nos, como os artistas independentes de Bauru conseguem divulgar sua arte? Quais meios (rádio, TV, web) funcionam mais adequadamente para que os cantores e compositores consigam apresentar as novas músicas aos seus públicos relativamente fiéis, construindo uma relação duradoura que ajude a assegurar a sobrevivência artística e econômica de cada artista, em meio a essa cacofonia de sons e informações em diversas telas e dispositivos de exibição de sons e imagens?

Além disso, quisemos visualizar e medir em Bauru, como os diversos nichos de público adquirem novas informações musicais e como são as relações que os ouvintes locais estabelecem com a música independente da cidade. A pesquisa criou instrumentos

de observação e medição das relações sociais do público (com família e amigos, na escola, na igreja, na academia, nas festas, pelos seus contatos em meios sociais, em locais onde há música ambiente, etc.), da curadoria do rádio (nas diversas formas possíveis) e da TV, dos vários canais audiovisuais a que tem acesso – em um processo cada vez mais modulado (SILVEIRA, 2019, p. 31) por seus respectivos algoritmos –, e da aquisição de discos ou *pendrives* com seleções musicais por gênero.

Hoje, os conteúdos musicais, sejam locais ou regionais, podem ser vendidos em muitos pontos da cidade ou baixados pela internet, entre outras formas abundantes de oferta e de consumo musical na era digital. Então, a pesquisa procura levantar qual é o espaço social, cultural e econômico que hoje é reservado para a criação e a manutenção de ouvintes, em um fluxo quantitativo (e também qualificado) que assegure o desenvolvimento dos talentos individuais e a sustentação financeira dos artistas e dos espaços locais de produção e difusão musical. A relação entre o que o músico independente faz da sua carreira e a oferta de sons locais ao público da cidade pareceu-nos fundamental para compreender um recorte atual da realidade artística em Bauru. Relação que nos interessa porque, desde 2002, trabalhamos com produção de shows e de programas musicais em rádio e TV, porém em um nicho mais restrito (MPB e Samba).

Os desafios dos músicos independentes, chamados artistas autônomos pelo Pesquisador Leonardo De Marchi (2015, p. 9), parecem aumentar: se antes não tinham espaços para divulgação devido à escassez de canais, hoje eles têm diversos canais à disposição, mas não conseguem se fazer perceber pelos seus ouvintes diante da imensa quantidade de informações (seja por falta de conhecimento no manejo dos recursos digitais ou por falta de dinheiro, ou ambos).

Embasados em nossa experiência na área da produção audiovisual e de shows, buscaremos conhecer quais meios são mais e melhores utilizados pelos artistas independentes na divulgação de suas composições e formas de apresentação. Como tais recursos são usados, se as apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais; quais as novas possibilidades tecnológicas que oferecem melhores perspectivas para os novos profissionais da música que trabalharão em Bauru, serão algumas das perguntas que balizam esta pesquisa.

1.1.1–Metodologia

De início, para nos familiarizarmos melhor com o tema e com o problema de pesquisa, desenvolvemos uma pesquisa exploratória (GIL, 2008, p. 27), primeiramente

bibliográfica (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 44) e documental. Como a pesquisa tem um caráter local, faltaram-nos dados sobre a história da música de Bauru, especialmente após a década de 1970. Por isso, usamos o procedimento de História Oral dialogando com duas pessoas que consideramos importantes para o desenvolvimento da cultura e mercado musical da cidade, uma sequência natural após a pesquisa bibliográfica (THOMPSON, 1998, 254).

Para pesquisarmos devidamente as atividades de produtores culturais (DAVIS, 2008, p. 55) buscamos nos atentar aos dados, regulamentações e informações produzidas e emitidas pelos órgãos representativos da categoria pesquisada. Para tanto, levantamos uma breve descrição de como a atividade tem funcionado no Brasil. De acordo com o relatório da WIN – *Worldwide Independent Network*¹, de 2018, com dados da ABMI (Associação Brasileira de Música Independente), os músicos independentes representaram cerca de 39,9% do mercado mundial de gravações e 37,8% no Brasil². Com crescimento de 46% da receita global de *streaming*, o mercado independente no Brasil registrou 114 milhões de dólares de receita (contra 184 milhões das *majors*). Já, os dados da PRÓ-MUSICA (2019)³ mostram que o mercado mundial de música gravada cresceu 9,7%. Houve aumento do mercado digital (19,2%) e diminuição do mercado musical “físico” (10,1%). O faturamento com exibição musical pública, sincronização com obras audiovisuais (cinema, TV, publicidade e games) também aumentaram dentro e fora do país, deixando o Brasil no décimo lugar entre os maiores mercados do planeta.

Órgãos como a ABMI (Associação Brasileira da Música Independente), e SICAM (Sociedade Independente de Compositores e Autores de Música), já oferecem a seus associados alguns serviços profissionalizados que vão além de certo tipo de representação sindical e da proteção dos direitos autorais, tais como facilitar o contato entre o músico e os produtores de filmes, de séries e campanhas publicitárias, além de oferecer aconselhamento jurídico, monitoramento de execução, convênios com editoras musicais, etc. Isso confirma a necessidade dos artistas independentes dominarem os novos conhecimentos profissionais e firmarem novas formas de relacionamentos estratégicos em um mercado tão pujante e movido por novos canais providos de ferramentas digitais para produção e difusão de suas criações musicais, diante de um público usuário

¹Resultados baseados no recolhimento de direitos e não sobre a venda direta. Disponível em <https://abmi.com.br/wintel-2018/> acesso em 29 de maio de 2019.

²Relatório da WIN disponível em <http://winformusic.org/files/WINTEL%202018/WINTEL%202018.pdf> acesso em 25 de maio de 2019.

³ Disponível em <https://pro-musicabr.org.br/> acesso em abril de 2020.

crescente de dispositivos com conexão e acesso permanente aos ambientes virtuais que disponibilizam conteúdos de entretenimento e informação.

Outro dado que nos pareceu relevante foi constatar que o público em geral é conservador e consome pouca variedade de gêneros musicais. Os registros dos direitos autorais coletados mostram que há muita repetição das preferências entre as canções mais executadas. Dados do ECAD,⁴ de outubro de 2018, sobre as dez canções mais tocadas na região Sudeste, mostram que: o rádio tocou sete músicas do gênero Sertanejo Universitário e três músicas Pop. Destas, apenas uma era brasileira; nas sonorizações ambientais, nove eram Pop internacionais, apenas uma brasileira, um Baião – provavelmente devido ao período das festas juninas; nas casas de festas e diversões, afora o primeiro lugar de Parabéns a Você, quatro eram Sertanejo Universitário, quatro representavam o Funk Carioca e uma era Pop Internacional. No registro de Shows, nove eram Sertanejo e apenas uma era Funk Carioca; os dados de apresentações ao vivo registraram o primeiro lugar ao Parabéns a Você e nove músicas do Sertanejo Universitário; no registro das mais tocadas no Carnaval, antigas marchinhas ficam entre as dez mais tocadas; e o setor das Festas Juninas registrou, obviamente, dez músicas dentro do repertório que poderíamos chamar de Baiões e Xotes.

Desses levantamentos, além da evidente supremacia do Sertanejo Universitário, seguido do Pop Internacional e do Funk Carioca, podemos perceber a grande predileção por músicas brasileiras por parte do público, algo que não ocorre, por exemplo, com o consumo de produtos audiovisuais⁵. Os outros gêneros musicais ficam nas posições abaixo da décima, basicamente incluindo MPB a essa lista (exceto a pesquisa sobre Shows, cujas outras músicas eram do gênero Sertanejo Universitário, e Sonorizações Ambientais, 100% Pop Internacional).

Isso nos leva ao segundo momento da pesquisa exploratória, em que realizamos uma Pesquisa Qualitativa com entrevista estruturada (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 195), com um músico de Bauru que representasse cada um dos gêneros que constaram acima: Sertanejo Universitário, Funk Carioca, Pop Nacional, Pop Internacional, MPB, na qual podemos incluir variados tipos rítmicos, influenciados pela Bossa Nova, fazendo

⁴Dados que constam na página <https://www3.ecad.org.br/o-ecad/rankings/Paginas/default.aspx> acesso em 25 de maio de 2019.

⁵Dados do OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, de 2017, mostram que, apesar do Brasil ter exibido 160 filmes nacionais e 303 estrangeiros, o público das obras audiovisuais brasileiras tiveram cerca de 17 mil espectadores e os internacionais 164 mil, aproximadamente. Disponível em <https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro> acesso em 29 de maio de 2019.

releituras de sambas, baiões, xotes, entre outros ritmos. Como os cenários do Rock, do Samba, da Música Eletrônica e do Rap são fortes na cidade, também decidimos incluir, na pesquisa local, estes quatro gêneros. A pesquisa do ECAD nos serviu de parâmetro para medir o cenário bauruense utilizando uma ferramenta capaz de respeitar a maioria dos gostos musicais verificados nas diversas camadas sociais da Cidade, ao mesmo tempo em que se revelou capaz de extrair informações, que são mais amplas e atualizadas do que aquelas que construímos durante nossa atuação profissional em emissoras de rádio e televisão, além de shows. Devido a essa mesma experiência, sabemos que é muito grande o número de compositores de gêneros e variações de produções musicais que chamamos e classificamos como MPB, ao passo que conhecemos muitos intérpretes de Sertanejo, uma denominação que hoje apresenta muitas variações e influências musicais nacionais e estrangeiras. Assim, procuramos durante as entrevistas, dar preferência aos cantores-compositores de cada gênero, para reforçar a busca por artistas interessados em se estabelecer no cenário artístico bauruense, não só como intérpretes, mas também como autores.

Em compasso com essa preocupação, também propusemos a aplicação de um questionário (GIL, 2008, p. 121; LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 201) *online*, com o intuito de averiguar de quais maneiras o público tem acesso e conhece novas músicas e os artistas (qual o peso das relações pessoais, produções audiovisuais, seleções baixadas e compradas, etc.), o quanto os ouvintes conhecem da produção musical e dos artistas de Bauru; também se as pessoas consumidoras de música e de apresentações musicais ao vivo estão propensas a consumir e apoiar a difusão dos produtos autorais daqui.

A escolha por este objeto vai além da prática profissional que nos fez perceber a importância da produção cultural de uma comunidade (seja a de um bairro, a de uma cidade, a de uma região ou a de um país). Enquanto estudávamos, planejávamos e escrevíamos esta pesquisa, ocorreram vários ataques políticos e também mercadológicos à cultura, aos artistas, aos produtores e a leis de incentivo cultural que estão vigentes no País, há quase suas décadas. A concepção político-administrativa que orientou o governo federal desde o início do governo transitório de Michel Temer, cujo projeto ultraliberal e autoritário foi mantido integralmente por Jair Bolsonaro, vem restringindo radicalmente o financiamento das políticas públicas do Estado brasileiro, tanto de assistência social, quanto de promoção educacional e cultural. Diante do cenário nacional, de autoritarismo crescente, cremos ser fundamental relembrar uma das bases da Constituição Brasileira e de todo o ordenamento jurídico internacional: a Declaração Universal dos Direitos

Humanos, da ONU, especialmente seu artigo 27:

1. Toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam.
2. Todos têm direito à proteção dos interesses morais e materiais ligados a qualquer produção científica, literária ou artística da sua autoria (ONU, 1948).

A página oficial do governo brasileiro⁶ na internet deixa clara a influência da Declaração Universal dos Direitos Humanos na nossa Carta Magna, um documento internacional, cuja aprovação foi liderada pela ONU pouco depois do final de Segunda Guerra Mundial, e resultou de intensos debates políticos multilaterais, como forma pública de denunciar e rechaçar as ideologias nefastas para evitar a repetição da barbárie nazifascista, que havia abalado profundamente as nações europeias tidas como as mais civilizadas e desenvolvidas do planeta. No Brasil, diante da escalada autoritária governamental, e também de uma parte significativa da sociedade brasileira que elegeu o atual presidente da República, reforçamos a importância de pleitear maneiras de valorizar e sustentar as práticas culturais das comunidades nacionais, buscando viabilizá-las como fontes civilizatórias, e também, como formas e iniciativas públicas para mostrar resistência aos ataques irresponsáveis que vêm sendo feitos às artes em geral.

Ademais, registre-se a importância da música brasileira para o desenvolvimento da música popular brasileira, com incontáveis contribuições às artes musicais de todo o globo. Em última análise, a evolução musical havida no País durante o século XX é a negação da imagem de um país rural atrasado, de um território de predomínio de *plantations*, para um país moderno que também exporta cultura e artes refinadas, produtos simbólicos capazes de influenciar populações e mercados mundiais.

1.1.2–Hipótese

Pretendemos demonstrar como as formas de transição de um modelo de curadoria musical consolidada pelos meios analógicos de comunicação de massa, para outro, em que se combinam curadoria analógico-digital e modulação de conteúdos por meio dos algoritmos, ainda se constituem como ferramentas estratégicas importantes na gestão das carreiras dos músicos autônomos.

⁶Disponível em <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2009/11/declaracao-universal-dos-direitos-humanos-garante-igualdade-social> acesso em 16 de junho de 2019.

Cremos que os músicos locais, preocupados com o desenvolvimento das suas aptidões musicais e performáticas, acabaram por relegar a um segundo plano questões relacionadas à produção audiovisual como um todo: como levar as músicas para o rádio e para a televisão e como produzir um show de forma profissional, sem descuidar da produção musical do espetáculo. Adicionadas à esta operação as formas e fórmulas de ampliação da mensagem no ciberespaço, igualmente pouco estudadas, supomos que as dificuldades de mostrar o conteúdo artístico dos músicos locais deve continuar relegado à cacofonia de informações presentes no meio digital.

Por isso, os alvos da pesquisa são os músicos locais independentes (e as suas relações com os recursos e meios audiovisuais e digitais) e o público de música independente de Bauru (e suas formas de adquirir novos conhecimentos musicais e sua abertura aos sons locais). Supomos que, caso os músicos tenham como objetivo a consolidação de suas carreiras (adendo importante, visto a existência de diversos músicos amadores que exercem atividades paralelas – suas fontes primárias de subsistência – e que não têm interesse de viver integralmente de música), desenvolver conhecimentos sobre a produção de conteúdo audiovisual e de shows e das estratégias de divulgação nas várias plataformas digitais pode melhorar o relacionamento dos artistas com os seus públicos, com os seus contratantes e patrocinadores.

As novas formas de consumo musical fazem, cada vez mais, o público abandonar o antigo hábito de baixar músicas para guardá-las em suportes de reprodução (PRO-MUSICA, 2019). Hoje, a maioria dos ouvintes prefere acessar e consumir músicas *online*, sem saber que o novo hábito caracteriza uma vitória do mercado fonográfico tradicional, que conseguiu realizar uma bem sucedida adaptação aos novos contextos tecnológicos e mercadológicos. Afinal, as tradicionais gravadoras, que na prática são grandes multinacionais de produção e venda de conteúdos musicais, ainda conservam a antiga hegemonia artística e cultural com escala mundial, que foi conquistada desde o final do século XIX. Atualmente, a indústria do disco tenta recuperar o poder econômico e cultural construídos na era das tecnologias analógicas e ampliar ainda mais os seus mercados de bens de consumo simbólico, ao disponibilizar imensos repertórios e instigar cada potencial ouvinte para que compre os conteúdos de sua preferência (que agora são vendidos em formato de assinatura de serviços de *streaming*) e os ouça continuamente em seu dispositivo digital, individual e portátil. A retomada de espaço e influência das gravadoras nas emissoras e plataformas digitais, que hoje atuam como distribuidoras de conteúdos digitais, continuam sendo entraves ao músico independente, porque o custo da

gravação profissional continua a exigir grandes investimentos e o processo de divulgação nas mídias digitais impõe entraves práticos (no planejamento e execução constante, além do alto custo para atingir um público-alvo compensador economicamente, uma estratégia mercadológica relativamente complexa, que é definida por planos de *marketing*).

Mas os meios radiodifundidos locais e regionais, também com atuação *online*, ainda são canais importantes na consolidação de uma carreira musical. Por crermos nisso é que também supomos que a união dos músicos independentes pode significar a constituição de uma nova força dentro de uma cidade de porte médio como Bauru. Força que pode atuar em conjunto nos meios de comunicação local, mas também com o poder público dos municípios da região.

1.1.3 – Estrutura do Texto

Dividida em quatro capítulos, esta pesquisa apresenta no primeiro capítulo os fundamentos teórico-metodológicos; no segundo, a breve história da música independente na cidade de Bauru e sua relação com os movimentos musicais e os meios de comunicação mais importantes; no terceiro, será feita a apresentação dos dados das entrevistas e dos questionários; e, no último, serão apresentadas as conclusões.

Assim, neste primeiro capítulo buscamos fazer as definições terminológicas e conceituais que usaremos na pesquisa, tais como: o que entendemos por produção midiática, música e por música independente, por indústria cultural, por gênero musical, por arte popular e arte midiática, por ciberespaço, por meios sociais, e as relações entre economia, comunicação e cultura.

No segundo capítulo, detalharemos historicamente o movimento de músicos independentes ou autônomos, cujas principais características, em nossa visão, são a persistência e a adaptação. Utilizamos as teorias e pesquisas de vários autores para fundamentar as nossas referências e parâmetros teóricos no esforço conceitual para delimitar e descrever o cenário atual, a breve história da música de Bauru e suas relações com o que foi criado nacionalmente, das áreas da arte à da tecnologia – Michel Chion afirma que nenhuma “arte tradicional foi tão revolucionada quanto a música, na sua natureza e nos seus modos de prática e de comunicação, pelos novos media e pelas tecnologias de gravação, de retransmissão e de síntese” (CHION, 1994, p. 7). Utilizamos, neste capítulo, ferramentas de entrevista para complementar as informações sobre a história musical da cidade. Aqui, como já nos alertava Paul Thompson (1998, p. 259), o

gosto pela conversa solta nos possibilitou saber de muitas informações que não prevíamos no roteiro inicial de perguntas (e um tanto mais de detalhes descartáveis). O pesado trabalho de transcrição nos fez mais diligentes nas próximas entrevistas.

Nesta segunda parte, esperamos poder demonstrar que o cenário atual é fruto das interações de artistas com o público consumidor de música e os meios de comunicação de cada época. São referências clássicas e também contemporâneas sobre a história da música, do disco e da radiodifusão, extraídas de autores reconhecidos como Mário Kaplún, José Ramos Tinhorão, Álvaro Catelan e Ladislau Couto, Eduardo Vicente, Lira Neto, Leonardo De Marchi, Luiz Arthur Ferraretto, Marcelo Kischinhevsky, Gil Vaz, Laerte Oliveira, Pierre Bourdieu, Micael Herschmann, Eric Hobsbawn, entre outros. Muitas informações importantes também são encontradas em relatórios de órgãos públicos como o Ministério das Comunicações, e privados como o SEBRAE, que dispõem de abundantes dados sobre o negócio da música brasileira.

Reservaremos o terceiro capítulo para as duas pesquisas mais focadas no tema da tese, ou seja, o uso dos meios de comunicação disponíveis pelos músicos da cidade e a relação dos bauruenses com a música independente da cidade. A primeira, com os músicos dos nove gêneros mais populares já apontados, abordados com uma entrevista semiestruturada. Seleccionamos os compositores e compositoras que conhecíamos e alguns indicados por outros músicos. E a segunda, em que utilizamos um questionário *online* (no Google Forms⁷), para o público em geral, distribuído pelo Facebook e Instagram (entre os dias 29 de fevereiro e 5 de março). *Online* e de custo zero nos permitirá medir, mesmo que de forma aproximada, o que pensam inúmeras pessoas atingidas (NOVELI, 2005, p. 164). Reservamos o quarto capítulo para as conclusões.

Sem querer ser otimista demais, nem demasiado crítico, nosso intuito é retratar a realidade do nosso objeto, analisá-lo e tentar traduzir essas informações em uma linguagem que seja acessível, que justifique o investimento social em uma pesquisa acadêmica deste nível. Evidentemente, sem a pretensão de esgotar o tema, apenas para tentar conhecer melhor a realidade do músico independente de Bauru. Mostraremos que, historicamente, os músicos desta cidade criam sendo influenciados pelos movimentos artísticos estranhos à cidade e tentando se utilizar das tecnologias disponíveis. Muitos se tornaram professores, maestros, compositores de renome interno (e satisfeitos com isso).

⁷ Disponível em <https://www.google.com/forms/about/> acesso em fevereiro de 2020.

Alguns poucos já buscam alçar voos mais longos, espalhando suas canções por festivais pelo Brasil afora. Oxalá esta pesquisa consiga ser socializada e engendre novas possibilidades musicais e profissionais, afinal, música e meios de comunicação foram, são e devem continuar a ser interdependentes.

1.2 – Fundamentação Teórica

Como já dito, a presente pesquisa tem o intuito de compreender como o músico independente em Bauru, no interior do Estado de São Paulo, utiliza os meios de comunicação para divulgar sua arte. Ao apresentarmos o projeto, partimos de uma constatação empírica, fácil de verificar e comprovar: os gêneros musicais brasileiros nunca couberam em sua totalidade, nas mídias radiodifundidas. Mesmo em emissoras educativas ou públicas, tidas como compromissadas (inclusive legalmente) com a divulgação da produção musical independente, nunca houve espaço na programação delas para todos os músicos atuantes no cenário artístico local e regional, e para todos os tipos de produção musical presentes nas culturas regionais brasileiras, que são produzidos e divulgados de forma independente, muitas vezes ao vivo, sem a presença de recursos de gravação e de disponibilidade de um canal para difusão pública.

Ao confrontarmos a nossa experiência profissional com a ação de algumas estruturas artístico-musicais cooperadas, pudemos constatar que os chamados coletivos, como o Fora do Eixo, por exemplo, seja por falta de experiência e estratégia mercadológica ou de ferramentas comunicativas, seja por dificuldade econômica, também deixaram de difundir músicas regionais produzidas em diversos municípios de distintas regiões brasileiras. Com o passar do tempo, ficou evidente a maior participação, ou o predomínio de alguns estilos musicais em detrimento de outros; ou seja, as ações do Fora do Eixo incluíam alguns gêneros e artistas independentes, mas também excluía outros que eram menos atrativos à sua audiência. É o caso de vários músicos independentes de Bauru, que por motivos diversos não conseguiram fazer parte do movimento com repercussão nacional.

Parece-nos que as indústrias culturais predominantes no atual estágio do capitalismo global, apesar de disporem de estruturas publicitárias e de redes de difusão mais abrangentes que os instrumentos utilizados em qualquer outro período da modernidade analógica, ainda assim, deixam muitas brechas abertas em seus grandes

esquemas de produção e de divulgação dos artistas internacionais e nacionais, que são os seus astros de primeira grandeza. É nas bordas periféricas das grandes cidades, nos bairros mais afastados de cidades interioranas, que os pequenos espaços sociais e culturais escapam sorrateiramente do alcance das logomarcas e das divulgações espetaculosas.

Em tais nichos sociais e culturais, uma música ainda artesanal resiste nas pequenas apresentações realizadas em quermesses, em apresentações de botequins e quintais, bem ao gosto das tradições rítmicas e poéticas de cada cidade, de cada bairro, de cada grupo cultural – apesar de estarmos todos imersos no processo de globalização cultural (MAGNONI; MIRANDA, 2016). O fato de nos referirmos aos artesãos da música, o termo não implica que os seus criadores estejam desatualizados, que vivam *off-line*, imersos nas boas lembranças do passado. Pelo contrário, são apenas depositários de alguns repertórios e de manifestações culturais específicas, por vezes, diferentes da cultura mercadológica geral ou oficial; alguns são portadores de algumas tradições artísticas restritas e possivelmente declinantes. São artistas, compositores e indivíduos diletantes, que estão apenas buscando o prazer de conservar as suas boas tradições criativas, enquanto alguns tentam sobreviver do talento e da arte que apresentam ao seu público. São criações que se tornam atrações prazerosas com potenciais para serem convertidas em fontes primárias para captação de alguma renda, já que os seus criadores não dispõem de estruturas sofisticadas para promover as suas criações e atrair públicos mais amplos, em apresentações mais lucrativas.

Ou seja, há um evidente e contínuo desequilíbrio entre a produção artística dos moldes mercadológicos e a produção cultural artesanal, que ainda sobrevive em determinados lugares ou regiões, apesar da pressão exercida pelo hegemônico mercado controlado pelas indústrias culturais, que são, há muito tempo, internacionalizadas econômica e culturalmente. Na ação mercadológica (nos meios de comunicação de massa e nos meios digitais), a criatividade serve para captar grandes públicos e para acumular resultados financeiros que sustentam todos os meios comerciais de comunicação (dos meios radiodifundidos às possibilidades geradas pela Internet); já a produção artesanal é fruto apenas do trabalho de homens e mulheres que vivem da música, ou que pertencem, cultivam e preservam determinada cultura musical, com pouca ou nenhuma estratégia para aproveitar os espaços midiáticos e digitais. Assim, as suas produções e apresentações

são feitas para dar vazão à criatividade de seus criadores, quase sem preocupação com índices de audiência e na esperança de resultados econômicos.

Enquanto o mercado concentra a sua produção em poucos gêneros musicais e poucos artistas, que têm um grande aparato de *marketing* e acesso às tecnologias mais sofisticadas que lhes permitem que seus produtos lhes rendam dinheiro diuturnamente; já os músicos fixos em suas cidades vivem apenas, e às vezes até penosamente, de sua arte. Há um grande número de artistas independentes que alimentam a ilusória possibilidade de conseguir sucesso no mercado nacional e, assim, poder viver melhor de sua arte. Os independentes, como as pulgas e os ninguéns de Galeano⁸, sonham com “algum mágico dia” em que a boa sorte lhes sorria para todo sempre. Mas, desafortunadamente, para o mercado, eles “não fazem arte, apenas artesanato”, do mesmo modo que “não praticam cultura, apenas folclore” (ou nem isso).

Como citamos anteriormente, a pesquisa WINTEL 2018 localizou a existência de quase 40% de selos independentes atuando no mercado mundial de música. Por causa disso e da atuação dos músicos locais, percebemos que existe público para esse mercado.

Ademais, pudemos atestar a excelente qualidade do trabalho musical feito em Bauru, após produzir por vários anos, espetáculos musicais, programas de rádio e TV, especialmente em emissoras culturais-educativas, além de pesquisar continuamente sobre música brasileira. Apesar de não sermos profissionais do campo musical, frisamos que essa qualidade que aqui atestamos verbalmente foi reconhecida por muitos moradores de Bauru, por um período de quase 9 anos. De 2004 a 2012 produzimos e apresentamos, na extinta Veritas FM, o programa Conexão Brasil, dedicado à música brasileira e apresentado ao vivo de segunda a sábado, das 7h30min ao meio-dia. No Conexão era programada todo dia uma seleção de clássicos e de lançamentos da MPB, com entrevistas de artistas nacionais marcantes. No entanto, o mais importante para essa pesquisa, é que no final do referido programa tínhamos meia hora diária reservada para os músicos independentes. Somos prova de que no rádio podemos tocar músicas desconhecidas e conquistar novos ouvintes. Basta, como dizem os melhores programadores que conhecemos, embrulhar a canção para presente e oferecê-la ao nosso ouvinte habitual – ou seja, é preciso realizar com as produções e os artistas desconhecidos, o trabalho de

⁸ No Livro dos Abraços, na página de Os Ninguéns, de Eduardo Galeano, as pulgas sonham em comprar um cachorro para si, assim como os “ninguéns” sonham com a boa sorte.

divulgação inicial, que chamamos academicamente de “curadoria” (GAMBARO et al, 2018).

O resultado deste breve período de liberdade como divulgador artístico-musical foi gratificante: era alto e constante o número de interações pelos meios sociais e as ligações telefônicas de ouvintes querendo ouvir aquelas gravações caseiras ou retiradas de mesas de áudio de bares e restaurantes; é claro que também exibíamos as gravações profissionais com músicos de Bauru e região, para estimular os nossos ouvintes a valorizarem a chamada prata da casa. Assim, o programa chamava atenção dos músicos e dos ouvintes. Nesses trabalhos, também fizemos belas amizades e parcerias para vários projetos de apresentações ao vivo, palestras, sonorização de radionovelas e apresentações no teatro, etc. É por causa disso que nosso interesse recaiu sobre a ponta produtora desse processo artístico resistente, ou seja, os artistas independentes de nossa cidade natal.

Foi assim que formulamos essa pesquisa teórica e de campo, que objetiva identificar como esses artistas independentes trabalham nesse cenário. Na prática, eles são trabalhadores e trabalhadoras autônomos da música, porque não têm marca constituída nem um selo próprio, para que possam vender as suas produções. Muitos deles não têm nem registro ou direitos autorais e trabalhistas, sobrevivem de tocar por uma quantidade de horas.

Para finalizar este primeiro capítulo, passamos a definir alguns termos que serão utilizados ou que balizarão todo o texto. Cremos ser necessário dizer o que entendemos por Produção (e o porquê isso é importante neste trabalho), no âmbito das Comunicações Sociais, especialmente na nossa área de formação, Rádio e Televisão; por Indústria Cultural, por Música, Música Independente, suas variedades rítmicas, de gênero (especialmente os que serão tratados aqui: Sertanejo, Funk Carioca, Pop Nacional e Internacional, MPB, Rock, Samba, Música Eletrônica e Rap); o que é arte popular e arte

mediática, os motivos que nos levaram a optar pelo uso do termo Ciberespaço, o que são mídias sociais, e algumas questões sobre Economia, comunicação e cultura.

1.2.1 – O que é Produção

Nestes vários anos de atuação como produtor de rádio, televisão e de shows percebemos as dificuldades de os músicos irem além da produção de suas composições, arranjos e versões. Especialmente na hora da confecção e viabilização de editais, no planejamento e encadeamento do espetáculo com as outras mídias e eventos, na busca por divulgadores e patrocinadores e na gestão de seus próprios meios de comunicação.

Existem produtores de diversos tipos nas mais variadas profissões. Mas, cremos que um pouco da visão de um produtor audiovisual pode ajudar a agregar informações ao produtor musical. Ressaltamos que um produtor audiovisual, cuja prática é focada da viabilização técnica de uma obra audiovisual, também acaba cuidando da viabilização financeira da mesma obra e de sua distribuição e divulgação. Acreditamos que o presente objeto pode deixar mais evidente, através das entrevistas com os músicos e do questionário com o público, como entregar um produto musical a algum público – reforçando a relação que existe há anos entre a mídia e a indústria cultural (BOURDIEU, 1987, p. 102). Aqui, as palavras de Mario Kaplún se fazem fortes: desde o começo da nossa carreira, não buscamos na produção (de shows, de rádio ou de televisão, dentro ou fora da internet) mero ganha-pão. Estivemos imbuídos de um profundo respeito pelo outro; sempre utilizando as técnicas com certa “inquietação educativa” (KAPLÚN, 2017, p. 21; MAGNONI; URIBE; BETTI, 2013). Não foi por acaso que já estivemos em três emissoras educativas e a maioria dos espetáculos foi planejada para apresentar ao público a história dos movimentos musicais brasileiros.

Para além dos meios sociais (tais como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp e YouTube), que usamos como complemento de nossa atividade profissional nos meios radiodifundidos, foi no rádio, por sua comunicação mais próxima com a comunidade e sua dependência da música como matéria-prima de suas programações⁹, que conseguimos

⁹É interessante lembrar que o rádio brasileiro tem uma predisposição à música nacional, apesar da pouca diversidade de gêneros e artistas. Apontamos isso em nossa dissertação de mestrado em 2013 e essa

os melhores resultados na divulgação da música feita em Bauru. Desde a concepção do programa, musical ou informativo, quando do seu planejamento (da gravação do piloto ao planejamento e verificação da sua viabilidade no decorrer do tempo), desde a definição da estrutura (KAPLÚN, 2017, p. 243), sempre houve a tentativa de criarmos quadros, entrevistas, ou a simples execução de uma música final que fosse da cidade. Claro, não de forma indiscriminada e tentando criar mais conteúdo relacionado ao tema do programa (KAPLÚN, 2017, p. 168).

Eis o cerne da produção: o planejamento. No rádio, na TV ou na produção de espetáculos musicais, de forma resumida, queremos “tornar concretas as ideias de histórias” (BOBERTS-BRESLIN, 2009, p. 1), ou seja, o foco é disponibilizar conteúdo. E, para isso, profissionalmente buscamos avaliar o contexto, os objetivos pretendidos, a estratégia para alcançá-los e as formas de medir os resultados (NATALE, 2001, p. 19). Evidentemente, cada meio tem suas características e é fundamental conhecê-las.

1.2.1.1 – Produção de Áudio

Na produção de áudio, seja para o rádio ou para os audiocasts, mantemos em mente a divisão da produção em pré-produção, produção e pós-produção, onde: na pré-produção, buscamos o que é necessário para a produção (qual o conceito do projeto, qual o público, definição do número de pessoas, vozes, efeitos, músicas, tempo, estrutura, equipamentos, orçamento, roteiros, etc.); no estágio da produção, desenvolvemos o projeto em si, ou seja, o gravamos ou o executamos ao vivo; e, na pós-produção, finalizamos o material captado, aprontando-o para a exibição (ROBERTS-BRESLIN, 2009, p. 8).

É necessário também estudar a linguagem radiofônica, isto é, cuidar da simplicidade e eficácia da mensagem. Como diria Kaplún, “o êxito ou a eficácia de uma comunicação está em proporção inversa ao esforço que demanda” (2017, p. 84). Vigil chamaria de “linguagem ativa” (2003, p. 65), diferente da “passiva” e da “dominante”, que muitos veem mais como demérito do que como qualidade (VIGIL, 2003, p. 69). Para

característica pouco se alterou nas emissoras musicais (a maioria). Interessante a seguinte matéria sobre o tema, disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/monocultura-sertaneja-no-radio-contrasta-com-as-paradas-de-streaming-no-brasil.ghtml> acesso em 1 de set. de 2018.

isso, não basta suprimir seu próprio vocabulário, há a necessidade de mergulhar no vocabulário do seu público,

de conhecê-lo em toda sua riqueza e adotar essa linguagem que tem seu sabor, suas expressões gráficas, sua sabedoria, sua profundidade; que está carregada de experiência, de vida. Às vezes, um breve ditado popular diz mais que um longo parágrafo ‘culto’. O que perdemos com a renúncia a termos acadêmicos talvez compensem com o que ganhamos em qualidade e expressividade comunicativa. (KAPLÚN, 2017, p. 85).

Tanto para Kaplún (2017, p. 80), quando Vigil (2003, p. 45) e também Armand Balsebre, a linguagem é “um conjunto sistemático de signos que permite um certo tipo de comunicação” (2000, p. 18). Também diz, de forma um pouco mais prática, Luiz Artur Ferraretto (2006), para quem a linguagem radiofônica é composta por elementos distintos: voz humana aliada ao conteúdo/texto e entonação, música, efeitos sonoros e o silêncio.

Tomamos a liberdade de adicionar ao que foi colocado pelos Autores, a cada um dos elementos sonoros, um elemento estratégico para aumentar o engajamento. Voz, texto, música, efeitos sonoros e silêncios usados sem estratégia, espanta o público ou torna a mensagem pouco atraente (como discutiu muito bem Mario Kaplún em várias oportunidades e em excerto citado na abertura deste capítulo). Isso equivale dizer que não basta boa intenção, uma bela voz, efeitos sonoros e músicas de qualidade para jogar conteúdo nos ouvidos das pessoas. É necessário saber despertar a atenção do ouvinte.

Assim, ao introduzirmos um músico independente (ou que quisermos destacar) em uma programação musical, por exemplo, é importante não misturar o seu trabalho artístico aos outros, cujas composições são mais frequentes na grade, sem a devida informação: quem canta, quem compõe, em que situação foi composta, como adquiri-la e em quais formatos, utilizar entrevistas, trechos da voz do artista, histórias, curiosidades, entre outras formas. Isso serve para apresentar o músico e a música ao público, destacá-los em meio às outras, criar a simpatia do público pelo cantor ou compositor. Ao produzirmos um audiocast, o princípio é o mesmo: envolver a audiência em um bate-papo informativo, dando significado à canção, tornando o artista mais próximo de quem ouve. Portanto, é importante que o músico esteja disponível, ofereça informações, mostre a importância da composição, entregue gravações com boa qualidade e em diversos

formatos, etc. Afinal, nesta vastidão de nichos, é vantajoso ser conhecido pelas audiências de variados programas (sonoros ou não) com boa quantidade de público.

Para uma produção de TV, todas essas informações são válidas, aliadas aos cuidados com a imagem.

1.2.1.2 – Produção de Áudio e Vídeo

A produção audiovisual cresce em influência nestes tempos¹⁰. Uma boa apresentação pode ser replicada nos meios sociais e nos perfis do músico mais facilmente do que o áudio. Por isso, uma apresentação bem planejada e ensaiada pode ser interessante não somente por entrar em contato com uma outra audiência, mas por poder aproveitar a produção audiovisual de outras maneiras.

É importante lembrar que a Produção Audiovisual é dividida em três partes: pré-produção, produção e pós-produção. Porém, o nível de detalhamento é superior ao que indicamos na produção para mídia sonora.

Ao tratarmos da produção audiovisual, além dos cuidados técnicos na captação do som (que pode variar no caso de uma execução ao vivo), o músico deve preocupar-se com sua imagem. No caso de um programa de TV, saber quais as cores do cenário dá dicas sobre as cores do figurino (em contraste, não em conformidade) e o espaço da apresentação (em alguns estúdios, deverá ir sozinho por falta de espaço para comportar músicos acompanhantes, noutros, por falta de estrutura, faz-se uso de *playback*¹¹); ao ser entrevistado, as informações devem estar claras, especialmente se algum evento estiver prestes a ocorrer; saber o tempo do quadro ou do programa também ajuda neste planejamento (às vezes, o músico só poderá tocar uma parte da música, devido ao tempo). No caso da gravação de um clipe ou de uma apresentação ao vivo, além dos cuidados mencionados acima, há as especificidades de cada uma dessas modalidades: no clipe, a produção leva em conta várias horas de repetição da música de diversas maneiras (locais,

¹⁰Em que pese a sanha obscurantista, é um mercado que parece estar consolidado, como pode-se ler no relatório da BRAVI. Disponível em <http://revistadecinema.com.br/2019/04/bravi-divulga-dados-e-analises-do-mercado-audiovisual-brasileiro/> acesso em setembro de 2019.

¹¹*Playback*, segundo o dicionário *online* Priberam, é quando o som vem antes da imagem, em um processo que é o inverso da dublagem (ou dobragem). Disponível em <https://dicionario.priberam.org/playback> acesso em outubro de 2019.

dias, figurinos, posições de câmeras e enquadramentos diferentes); no caso da gravação de apresentações, é importante cuidar da captação (para a plateia e para a gravação, por vezes conflitante) e de como o público vai ser mostrado (se vai ser gravado ou não, se é importante ter muitas pessoas na plateia, se suas reações serão gravadas ou não, etc.).

1.2.1.3 – Produção de Shows

Nossa experiência em produção de espetáculos musicais começou com a conclusão de curso de Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão. Em 2003, a produtora de TV Cláudia Paixão e este pesquisador fizemos uma monografia sobre o Samba Canção, gênero musical anterior à Bossa Nova. O produto da produção (também pensada da pré-produção à pós-produção) foi uma apresentação, na qual selecionamos os músicos e viabilizamos seu pagamento, definimos o repertório, o figurino, confeccionamos o convite, cuidamos da divulgação, conseguimos o Teatro Municipal, viabilizamos uma gravação para um posterior programa de rádio e duas emissoras locais, a TV Câmara de Bauru e a TV Prevê, fizeram a captação do show em vídeo. A partir daí, os shows que produzimos sempre tiveram o intuito de relembrar canções, trazer informações históricas, envolver os músicos, o público, as mídias, instituições públicas (tais como, Secretaria de Cultura, as extintas Oficinas Culturais do Estado de São Paulo, Sesc, etc.) em apresentações gratuitas. Algumas destas apresentações foram transmitidas simultaneamente pelo rádio, outras foram gravadas para posterior exibição; e, em nenhuma delas, os músicos participantes prestaram serviços gratuitos.

Desde o início, os empreendimentos culturais chamaram a atenção dos músicos, muitos deles confessadamente alheios aos processos de confecção de projetos baseados em editais, sem conhecimentos ou prática para conseguir patrocinadores ou apoios culturais para suprir as necessidades técnicas, financeiras e de divulgação dos seus próprios espetáculos. Ou seja, os artistas eram plenamente capazes de reunir os músicos para cada show, ensaiar, definir o repertório, fazer arranjos, etc. Mas lhes era difícil encontrar modos de pagamento (para si e para os músicos colaboradores). Chegamos à

conclusão de que nossas experiências como produtores, de alguma maneira, facilitavam as produções musicais.

Claro que as produções musicais têm várias similitudes com as produções audiovisuais (a começar pela captação de som, pela escolha de um repertório que dialogue com o público, etc.), mas do mesmo modo que não sabemos fazer uma orquestração, os músicos não tinham paciência para ler os editais, preparar os projetos, preparar os orçamentos, conseguir apoios, lembrar da importância de dar entrevistas, de enviar releases aos veículos de comunicação, de conversar com empresários, etc. Muitos músicos conseguiam um local para realizar o show, mas não conseguiam equipá-lo satisfatoriamente para garantir uma boa qualidade da apresentação. Por vezes não conseguiam pagar os colegas que haviam participado da atividade, ou não reuniam público suficiente, entre outros contratempos (jurídicos, contábeis, tributários, etc.).

Sem mencionar o maior risco: muitas vezes a produção de shows é um empreendimento que demandou um investimento (o que pressupõe retorno financeiro). Em mais de uma ocasião fomos chamados para ajudar a planejar essa parte da apresentação, em troca de uma parcela do cachê dos artistas que participaram dela.

Dessa forma, podemos afirmar que conhecer os procedimentos de produção audiovisual é uma vantagem para um produtor musical e também para um músico. Não basta saber fazer música, é preciso saber vender bem um produto musical, para assegurar sustentabilidade econômica e regularidade de oferta para o público consumidor. Na prática o produtor consegue ver todo o processo organizativo de uma apresentação musical, enquanto os próprios músicos, que são a porção indispensável em um bom show, nem sempre conseguem articular corretamente tudo o que é necessário para se produzir um espetáculo de sucesso.

Esta visão prática nos permitiu detectar e articular os músicos que participam desta pesquisa (tanto na parte histórica do segundo capítulo, quanto no terceiro capítulo), trocar

informações e mirar naquilo que supomos ser um recorte mais próximo à realidade da produção musical independente, dentro de um recorte local e regional.

1.3 – Indústria Cultural

Sabemos que o termo Indústria Cultural é um oxímoro criado por Adorno e Horkheimer, para se referir à industrialização da cultura, em tese algo que seria único e que por isso, até poderia ser copiado por homens - antes dos processos de reprodução técnica (BENJAMIN, 1969, p. 166) -, mas que não poderia passar pelo processo massivo de reprodução cultural. Apesar dos indícios anteriores, essa “produção em caráter industrial de bens da cultura data da década de [19]30” (SETTON, 2001, p. 26) e é tratada pelos teóricos dessa escola de forma bastante crítica. Como reforça Setton, a Indústria Cultural costuma apregoar “estar a serviço dos sujeitos”, mas tem uma lógica própria que é contrária a essa afirmação:

Isto é, seguindo a dinâmica da produção industrial competitiva, necessariamente tem que se adaptar à demanda dos mercados. A indústria dos espíritos, sujeita aos limites da expansão dos lucros, impõe tanto aos produtores quanto aos consumidores, a perda da autonomia da criação (SETTON, 2001, p. 28).

Para Adorno e Horkheimer, os chamados “bens espirituais” deixariam de “transcender o real, de rebelar-se ou de propor uma reflexão para se constituírem em verdadeiros bens culturais” (SETTON, 2001, p. 28). As Indústrias Culturais são formadas pelo conjunto de meios de comunicação, como o cinema, o rádio, a televisão, os jornais, as revistas, e atualmente, pelos suportes e canais virtuais da internet, que passaram a constituir um sistema poderoso de produção comercial e difusão de bens simbólicos para gerar lucros. Os produtos culturais, por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, eles não só promovem a mercantilização da cultura, como também as ações e influências midiáticas sobre as sociedades contemporâneas são legitimadas pela demanda coletiva por estes produtos (COSTA et al, 2003, p. 2).

Assim, ao enunciarem o discurso do estar a serviço da democratização da informação, ao elegerem os sujeitos como protagonistas de suas produções, os responsáveis pela indústria cultural fazem uso de uma falsificação ideológica. Não estariam a serviço dos sujeitos, mas responderiam aos interesses econômicos de lucro das grandes corporações. (COSTA et al, 2003, p. 2).

Diferentemente dos frankfurtianos, o teórico francês Pierre Bourdieu não critica a “racionalidade técnica”, mas a “manipulação ideológica a que todos estão sujeitos, produtores e consumidores diante do império da concorrência” (SETTON, 2001, p. 29). Em consonância com os autores alemães, Bourdieu enfatiza, especialmente em seu livro *Sobre a Televisão*, a exploração dos piores sentimentos do público - “paixões primárias” (BOURDIEU, 1997, p. 11), além do mau uso das informações por causa da apropriação dos meios pelo capitalismo, que transformou cada veículo midiático em fonte de mercadorias simbólica e de lucro. Segundo Maria da Graça Setton:

Para Bourdieu, o campo jornalístico está inserido no campo da produção cultural (educação, literária, científica) e, tal como qualquer outro espaço de atuação social, funciona a partir de uma dinâmica própria, com certa autonomia.

Bourdieu, ao fazer uma análise da televisão como instrumento de dominação, vai além de uma análise do veículo. Faz simultaneamente uma denúncia da dinâmica da dominação inerente à sociedade de classes. Poderíamos afirmar que este livro veio complementar uma série de outros trabalhos do autor nos quais estão presentes os mecanismos sociais de reprodução da ordem e das hierarquias de poder. (SETTON, 2001, p. 29).

Como os autores da Escola de Frankfurt, o autor francês considera que na indústria cultural não há sujeito. O que existe é uma aparência de participação democrática, pois os produtos midiáticos são feitos para agradar à maioria. E que dentro da programação da televisão, um meio considerado por Bourdieu (naquele momento histórico em que o livro foi produzido), como o melhor representante das indústrias culturais, a violência simbólica foi normalizada, aceita com naturalidade, por quem a assiste e por quem produz as suas mensagens (BOURDIEU, 1997, p. 22).

Essa situação, que é fruto da competição pela audiência, pela constante busca pelo que “interessa a todo mundo sem ter consequências”, pela exibição de coisas “tão fúteis” que são “de fato importantes na medida em que ocultam coisas preciosas” (1997, p. 23), está diretamente ligada ao nosso objeto de pesquisa. Isso ajudou e ainda ajuda no fortalecimento da indústria da música, o braço mais produtivo e abrangente dessa indústria cultural, que dá preferência somente aos tipos de músicas que vendem, que agradem a um público mais homogêneo; afinal, o objetivo maior da “música comercial” é entreter aos diferentes tipos de públicos.

Como complementa o Professor Leonardo De Marchi:

A diversão não emancipa; produz conformismo. Tal conclusão revela o papel político do entretenimento nas sociedades de massas. Bloqueando a razão (*vernunft*) em favor da compreensão (*verstand*), liquida-se toda possibilidade

[de o] indivíduo esclarecer-se, emancipar-se da totalidade. Torna-se, pois, massa de manobra. (DE MARCHI, 2011, p. 52).

De Marchi nos relembra que o termo “indústria cultural”, à medida que passou a ser traduzido para diferentes idiomas, foi recebendo críticas e objeções. Daí a opção pelo seu plural, *Indústrias Culturais*, termo utilizado pela escola francesa de Regulação.

As reticências à teoria crítica são patentes. Trata-se menos de um sistema totalizador do que um “conjunto compósito, constituído por elementos que se diferenciam fortemente uns dos outros, por setores que apresentam suas próprias leis de padronização” (MATTELART; MATTELART, 2009, p. 122). Daí a passagem do termo para o plural –atitude que, do ponto de vista intelectual, é de largo alcance. O que há de inovador nesse ato é a ruptura que se dá com o pressuposto anterior: o caráter heterogêneo dos mercados de cultura alcança tal grau que se torna impraticável a abstração das particularidades de cada setor a fim de se entrever uma estrutura comum que se repete logicamente. Se não existe um sistema que se reproduz de forma idêntica e contínua o princípio calculador da razão instrumental, não se pode mais tratar apenas de mistificação das massas, isto é, de simples e unidirecional reprodução do status quo; diferentes interesses e racionalidades são produzidos, reproduzidos e transformados no interior dos mercados de comunicação e cultura. Sendo assim, o círculo vicioso de pessimismo da Escola de Frankfurt se rompe, abrindo espaço para outras perspectivas. (DE MARCHI, 2011, p. 61).

Essas diversas *Indústrias Culturais* percebidas pelos Autores são vastas e podem se entrecruzar. Mas, cremos que o conceito ainda seja útil para analisar criticamente esses diversos ramos altamente produtivos e lucrativos do grande mercado de entretenimento.

É forçoso destacar que em nossa visão pode haver, legitimamente, espaço para um tipo de música vendável, que sirva para a sustentação econômica e promoção artística de seus intérpretes, e que não tenha pretensões estéticas mais elaboradas. Mas e o espaço para o outro tipo de arte mais sofisticada? De uma arte engajada no melhoramento e aprofundamento das várias manifestações musicais, das experimentações, da poesia, do canto, da música tradicional, da local, etc.? Para ajudar a reflexão sobre as contribuições culturais das diversas vertentes musicais, é importante definir primeiramente, o que é música; sobretudo, o que é música independente.

1.4 – O que é Música e Música Independente

Segundo o dicionário *online* Priberam¹², o substantivo feminino música tem os seguintes significados:

1. Organização de sons com intenções estéticas, artísticas ou lúdicas, variáveis de acordo com o autor, com a zona geográfica, com a época, etc;
2. Arte e técnica de combinar os sons de forma melodiosa;

¹²Definição disponível em <https://dicionario.priberam.org/musica> acesso em setembro de 2019.

3. Composição ou obra musical;
4. Execução de uma peça musical;
5. Conjunto de músicos = BANDA, FILARMÔNICA, ORQUESTRA;
6. Notação ou registro de uma peça musical;
7. Papel ou livro que contém notações musicais = PARTITURA;
8. Sequência de sons cuja cadência ou ritmo lembram uma melodia (ex.: deix ou-se dormir com a música do vento). (PRIBERAM, 2019).

O musicólogo Bohumil Med concorda com as definições e complementa: “a arte de combinar os sons simultânea e sucessivamente, com ordem, equilíbrio e proporção dentro do tempo”, que é constituída de “melodia”, “harmonia”, “contraponto” e “ritmo” (MED, 1996, p. 11). Ademais, Med afirma que essa arte humana de “domesticar os sons” vem das “mais remotas eras” (MED, 1996, p. 9).

E se o compositor com a tarefa de levar sua música ao ouvinte, necessita de um intermediário, de “um intérprete”, é importante ressaltar que a música, além de arte é ciência também. Como nos diz Med, requer do compositor e do intérprete, “além de talento, uma técnica específica, bem apurada”, adquirida com anos de estudo perseverante (MED, 1996, p. 9).

Dito isto, é importante conceituarmos com precisão o que vem a ser música independente. O termo não tem relação com o conceito que trouxemos acima, ou seja, com sua estrutura criativa – afinal, saber encadear os sons harmoniosamente é uma manifestação artística que pode ser realizada por qualquer ser humano com algum conhecimento musical, seja de forma lúdica ou profissional, com suas criações vinculadas a uma gravadora ou apenas realizando pequenas apresentações ao vivo. Para tanto, trazemos as palavras do Professor Leonardo De Marchi:

O termo *Independente* origina-se nos Estados Unidos, onde há uma longa história em relação aos pequenos empreendimentos fonográficos. Naquele país, os Independentes têm tradição no mercado por registrar e comercializar gêneros musicais “desprezados” pelas grandes empresas. Assim, está ligado à questão independente o desenvolvimento do Blues, do Jazz e notadamente do Rock n’ Roll (Frith, 1981). (DE MARCHI, 2005, p. 2).

Isso significa que, ao adicionarmos o adjetivo independente à palavra música estamos fazendo uma qualificação, antigamente de base meramente econômica (além dos recursos disponíveis, havia toda uma estética que casava com a quantidade de dinheiro envolvida) e, hoje, que também reafirma a liberdade do artista (muitos artistas com carreiras comercialmente consolidadas se utilizam do termo independente como uma estratégia de marketing. É o caso da cantora Wanessa (que deixou de utilizar o sobrenome Camargo), que deixou o sertanejo romântico para adotar um repertório pop; do cantor Leoni, que participou do cenário de Rock dos anos 1980 e 90 e, hoje interage com os fãs

somente pelos meios digitais compartilhando um conteúdo próprio, novas composições e até opiniões.

Empiricamente, nota-se na “era da comunicação digital” (MAGNONI et al, 2012) o crescimento contínuo da quantidade de produções musicais e de apresentações artísticas com padrões profissionais, em um mercado cultural mais pulverizado e interiorizado, que se viabiliza e se sustenta com a divulgação *online* dos artistas e de suas apresentações ao vivo. Prosperam, cada vez mais, as iniciativas independentes que utilizam recursos bem diferentes e menos custosos do que os antigos modelos publicitários e comerciais atrelados aos meios hegemônicos de comunicação de massa, que enriqueceram a secular indústria de gravação musical e os promotores de grandes espetáculos dos artistas midiáticos. Os negócios midiáticos do disco e dos espetáculos musicais da chamada era analógica eram muito rentáveis, concentravam-se em poucas mãos e foram desenvolvidos ao longo do século passado, conforme foram sendo criadas as diversas tecnologias e os novos meios de comunicação de massa.

Nos dias atuais notamos ainda que, a despeito do aumento da qualidade dos trabalhos independentes e de uma incipiente criação de público fidelizado por parte de alguns artistas autônomos, os meios de comunicação que outrora alegavam que as músicas locais não teriam a qualidade das produções feitas por gravadoras consagradas, continuam a negar espaço de divulgação à arte local, mesmo que não haja mais diferenças técnicas tão discrepantes entre os registros musicais, sejam feitos por produtores ligados à indústria, ou pelos artesãos independentes. É por isso que os artistas independentes, para poderem subsistir, estabelecem com os comerciantes que contratam os seus shows com certa frequência, um pequeno acordo publicitário para divulgar as suas apresentações nas agendas culturais dos meios de comunicação e nos perfis de redes sociais dos artistas e do estabelecimento contratante. Outra forma de ganho menos frequente para os artistas locais, ocorre quando usufruem de eventos do governo municipal, que são contratados por editais, tanto para apresentações, como para gravações independentes utilizadas em eventos culturais dos municípios.

Esse cenário multifacetado da música e dos artistas independentes, que atualmente também utilizam recursos de produção, divulgação e interpretação, que são bastante complexos, nos motivou a identificar e pesquisar o contexto individual, preferencialmente, daqueles músicos que além de serem bons intérpretes, também realizam um trabalho autoral. Para possibilitar a reunião de informações necessárias para compreender a movimentação dos produtores musicais independentes de Bauru (como

um mercado distante da glamourosa movimentação dos artistas do eixo metropolitano de São Paulo, Rio de Janeiro, de outras capitais estaduais, ou dos grandes polos urbanos do interior brasileiro), estabelecemos que esse músico independente deve ser morador da cidade e que deve viver da sua arte (apresentações, arranjos, gravações e/ou aulas). cremos que analisar a carreira desses profissionais atuantes na cultura local pode servir de parâmetro para outras pesquisas e para outros profissionais moradores de cidades médias do País.

Lígia Capobianco lembra que a cultura de um indivíduo é composta por distintas partes, “exclusivamente relacionadas”. E a música integraliza uma dessas partes importantes para a constituição da identidade e dos repertórios culturais das pessoas. A autora também cita que Lévy-Strauss e outros etnógrafos tratam a cultura como uma linguagem essencial, já que “é quase inteiramente através das linguagens que aprendemos sobre nossa própria cultura” (CAPOBIANCO, 2010, p. 186). Ou seja, cada peça artística, fruto do trabalho desses músicos, tem o potencial de alterar nossa percepção sobre a realidade, sobre nossas emoções etc.

César Camargo Mariano, pianista, arranjador, compositor, ilustrador, cantor e escritor, em seu livro *Solo*, afirma que enquanto a música e a orquestração nascem prontas em sua cabeça, ao “transportar” o som da cabeça para o papel “há uma perda irreparável”, apesar de todo esforço e do trabalho (2011, p. 146). Marx, muito curiosamente, ao comparar o trabalho de uma abelha e o de um arquiteto destaca que este último não se utiliza de “formas instintivas dos animais de trabalho”; é “um processo de que participam o homem e a natureza, processo em que o ser humano, com sua própria ação consciente, impulsiona, regula e controla seu intercâmbio material com a natureza” (2008, p. 211). Fica-nos evidente o esforço intencional do trabalhador em usar as suas habilidades para alterar a realidade; ao criar algo novo, que foi anteriormente elaborado em sua mente, o profissional impõe a sua vontade e as suas percepções culturais aos objetos que utilizará.

A criatividade e o conhecimento técnico de um músico precisam de lápis e papel, de um dispositivo eletrônico ou de um gravador para um primeiro registro e, logo depois, um registro final que pode ter exigido horas de discussão e ensaio de afinações instrumentais e vocais com outros músicos, ou várias horas de gravação em um estúdio (de forma solitária ou não).

Lukács ressalta o papel central que o trabalho tem na teoria marxiana por um duplo motivo: o trabalho modifica o próprio ser humano muito além da natureza (2012, p. 199).

Marx ressalta que há coisas que têm valor-de-uso, mas sem ser valor (2008, p. 62); situação que nos remete à música, ao consumo simbólico individual e coletivo que as obras musicais propiciam. A presença musical é quase ubíqua, é ouvida em casa, nos ambientes de trabalhos, no carro, nos *smartphones* e em todos os dispositivos digitais fixos e portáteis. As trilhas sonoras e canções são ouvidas nos elevadores e nos supermercados, um fundo musical é sempre muito desejado por todos; porém, nos dias atuais as produções musicais muito fáceis de serem obtidas gratuitamente, condição que, na maioria das vezes, burla os direitos autorais e retira a fonte de renda dos artistas. Os compositores continuam produzindo-as e também disponibilizando-as gratuitamente, com o objetivo de mostrarem os seus trabalhos e de conquistar admiradores, possíveis públicos pagantes em apresentações ao vivo, CDs e MP3, futuros contratantes para shows e eventos.

Ou seja, a função social e a participação cultural da música parecem ter sido inflacionadas, mas isso não se traduziu em melhora econômica para a maioria dos artistas, sejam cantores, compositores e instrumentistas. Porém, precisamos afirmar que muito antes da influência dessas indústrias culturais, as relações sociais no Brasil já criavam, recriavam, mantinham nas suas comunidades locais, nas igrejas, nas festas, exportavam músicas de diversos gêneros inseridas nas apresentações de teatro, das bandas, etc. As diversas manifestações da música evidenciam o poder de identificação (em conjunto com outras manifestações) com uma região, uma pequena localidade e, às vezes, com o país inteiro. Em nossa dissertação, ao estudarmos a música caipira, percebemos que a identificação com o estilo já não estava mais ligada ao modo de vida das comunidades rurais, mas a uma ligação mais psicológica aos ambientes rurais (por causa de lembranças familiares ou por puro gosto pessoal), por gente que vive há muito tempo nos ambientes urbanos. Já o Samba, há tempos, consagrou-se como o gênero que representa o Brasil, embora seja um gênero também predominantemente urbano e também vinculado às tradições culturais bastante sincréticas, das grandes populações negras, mestiças e periféricas.

É o que exemplificaremos adiante.

1.4.1 – Variedade Rítmica e de Gênero Musical Brasileira

É inevitável que fiquemos com alguma preocupação latente quando pensamos sobre o contexto de retração crescente da música brasileira defronte à força dos chamados

players mundiais e de seus artistas internacionais, um fenômeno mercadológico e econômico muito bem destacado por Herschmann e Kischinhesvsky. Afinal, como afirmam os autores, o “custo de produção” da música estrangeira “já foi diluído pela matriz”. Mesmo com todo aparato publicitário, os dois pesquisadores notam e destacam a situação de desvantagem dos artistas nacionais, diante do baixo custo para contratação de artistas internacionais. Se no começo do século XXI, na luta para vencer a pirataria, ao se legalizar os *downloads* e ampliar a oferta, aparentemente quem perdia dinheiro eram os intermediários, sabe-se que esses últimos apenas foram substituídos. Enquanto as gravadoras aprenderam a ganhar no novo cenário, plataformas de compartilhamentos, ou seja, intermediários, surgem e também passam a ganhar. Porém, perguntamo-nos, como ficará em médio prazo a situação dos músicos independentes diante de um cenário digital ainda mais complexo que o antigo mercado analógico?

De fato, a produção artística feita no interior (de São Paulo ou de qualquer outro Estado) sempre sofreu com o longo predomínio dos oligopólios midiáticos comandados pelo Eixo Rio-São Paulo, um esquema hegemônico bem antigo, mas que também passou a sofrer concorrência abusiva e destrutiva ao ter que enfrentar o cenário de tecnologias, meios e mercados globalizados de comunicação e consumo simbólico, como foi descrito no parágrafo anterior.

Segundo Felipe Trotta, a “prática musical é uma atividade cultural que ocorre em todas as sociedades”. Para ele

Participar de uma experiência musical significa entrar em contato com os códigos culturais, valores sociais e sentimentos compartilhados que fornecem elementos para a construção de identidades sociais e laços afetivos (TROTТА, 2005, p.183).

Como atividade mundial e tecnicamente globalizada, esperava-se, ou melhor, desejava-se que houvesse trocas minimamente equilibradas e justas. Na verdade, sabemos que uma matriz musical se torna facilmente hegemônica pelo predomínio econômico e cultural-ideológico que alguns países dominantes ocupam no cenário das trocas internacionais, que sempre são muito assimétricas e passam a suplantam várias outras matrizes regionais e também nacionais, em diversas localidades do planeta. Nesta lógica desigual de produção, difusão e consumo musical e cultural, um gênero estrangeiro que se apresenta de maneira predominante nos meios sociais e dispositivos digitais, vai encobrindo sem muitas dificuldades os outros gêneros disponíveis naquelas sociedades, notadamente as produções artísticas locais. Ou seja, como destacamos em nossa

dissertação de mestrado, às vezes nem sequer um gênero torna-se predominante, há casos de alguns poucos artistas suplantarem todos os demais, nacionais e estrangeiros (LEITE, 2013, p.11).

A variedade de ritmos e de gêneros no Brasil, segundo as informações disponíveis no portal Biblioteca de Ritmos¹³, de iniciativa do pesquisador, compositor e cantor Daniel Gonzaga, chega aos 35 ritmos, somados os estilos locais, regionais e nacionais. Na Wikipedia¹⁴, conta-se 49 ritmos brasileiros diferentes, em um relato um tanto empírico, que nos parece carecer de fontes mais credenciadas e confiáveis. Como já afirmamos, a riqueza da criação e a difusão da totalidade desse patrimônio musical brasileiro nunca couberam nas programações com alcance e divulgação nacional; seja pelo rádio, um meio que ainda é mais local e regional, ou pelas redes de televisão, que mantém as suas matrizes concentradas nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro e seguem impondo os seus gostos e padrões artísticos para o restante do País. Diante do longo predomínio na mídia brasileira dos gostos e preferência musicais da classe média carioca e paulistana, possivelmente a diversidade musical geral nunca fosse bem-vinda nas programações das emissoras brasileiras de televisão aberta. Até nas iniciativas organizadas pelas redes de artistas independentes como as do movimento Fora do Eixo, diversos trabalhadores e trabalhadoras locais também ficaram de fora, provavelmente por não participarem do mesmo tipo de público que o projeto almejava conquistar.

No livro *A Utilidade do Inútil*, do professor italiano Nuccio Ordine, fica clara a ideia (da qual partilhamos) de que o útil, muitas vezes, não traz lucro, mas o seu “valor essencial está completamente desvinculado de qualquer fim utilitarista” (2016, p. 9). Parece-nos que a Internet e as mídias tradicionais, com seus sucessos efêmeros e lucrativos, fazem coro à depreciação de tudo o que não possa ser convertido imediatamente em dinheiro. Assim como as marginalizadas disciplinas humanísticas nos currículos escolares, lembra-nos Ordine (2016, p. 33). Qual a utilidade de um clássico? nos pergunta no final de seu livro, o professor de literatura. Perguntamo-nos o mesmo quando lembramos de Villa-Lobos, de Jobim, de Guerra-Peixe e tantos outros criadores geniais de arte e cultura. Qual a utilidade do canto anônimo da Festa dos Santos Reis, repetido todos os anos, em um bairro distante de Bauru? Por quanto tempo tal

¹³ <http://www.bibliotecaderitmos.com.br/ritmos/> acesso em março de 2017.

¹⁴ https://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:G%C3%AAneros_musicais_do_Brasil acesso em fevereiro de 2017.

manifestação artística local e popular resistirá, diante da pressão provocada pelos tantos recursos e dispositivos digitais, que vertem continuamente para os usuários de todas as idades e classes sociais, uma infinidade de ritmos e atrações em língua inglesa, que são produzidas e difundidas sobre predomínio global dos EUA e de seus sócios comerciais e culturais-ideológicos?

É pertinente lembrar como complemento da discussão, que o conceito de diversidade cultural foi destacado pela UNESCO, em sua Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural¹⁵, relacionando-o ao desenvolvimento sustentável. cremos que é natural, em tempos de alta concentração dos dados planetários propiciado pela navegação na web nas mãos de poucas empresas, a preocupação com a preservação da diversidade. E como afirma Luis Albornoz, relegá-la às “regras do mercado” é uma ameaça e demanda mecanismos para diagnosticar o grau de diversidade, além de meios para promovê-la (2015, p.155). O mesmo raciocínio se aplica em âmbito regional. Como expressões populares e históricas, acreditamos que essas manifestações artístico-musicais devem ser defendidas, catalogadas e preservadas para futuras reinterpretações e reapropriações, que poderão ser realizadas por novos ouvintes e por novos músicos e compositores.

Aparentemente, tem prosperado uma percepção coletiva, derivada do senso comum, de que as ferramentas digitais de comunicação e informação estariam disponíveis em todos os lugares do planeta, e que haveria um novo diferencial tecnológico que poderia igualar a produção cultural popular e também midiática dos povos, independente da condição econômica ou da localização de cada um deles, no mapa mundial. Pela experiência que acumulamos como produtor de espetáculos e atividades culturais na cidade de Bauru, essa crença da disseminação praticamente universal das tecnologias digitais é enganosa. Mais oportunidades de emprego, maior possibilidade de alcançar um público interessado em trabalhos artísticos independentes e as chances de trocar experiências com músicos já consagrados e mais experientes são objetivos mais fáceis de serem concretizados em um grande centro urbano. São esses fatores intercorrentes que determinaram a nossa proposta de analisar as relações que ocorrem entre os músicos

¹⁵ <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf> acesso em julho de 2017.

independentes de Bauru e os meios de comunicação disponíveis na cidade, e também nos canais digitais da internet.

1.4.1.1 – Sobre os Gêneros utilizados nesta pesquisa

Como dissemos, os gêneros que utilizaremos como parâmetro das entrevistas são os seguintes: Sertanejo Universitário, Funk Carioca, Pop Nacional, Pop Internacional, MPB, Rock, do Samba, da Música Eletrônica e do Rap. Todos os gêneros e estilos citados são frutos de fortes hábitos culturais, de muitas culturas (BOSI, 1992, p. 308), e do desenvolvimento mercadológico relativamente linear no Brasil e no mundo, ao longo de várias décadas e do surgimento de diversas tecnologias, suportes e modos de consumo.

Se Bosi referia-se aos modos de culto, colonização e cultura transmitidos geracionalmente, neste trabalho nos referimos a isso e ao que é difundido midiática e comercialmente devido à mundialização do comércio de bens culturais. Tal fenômeno ampliou muito a sua abrangência territorial e os poderes econômico e cultural-ideológico, especialmente a partir da digitalização dos meios de produção e difusão midiática, e da predominância geoeconômica dos produtos simbólicos *online* produzidos pelos EUA e os seus grandes sócios europeus. Talvez em maior proporção do que recebemos da família e da comunidade, é esse sistema mundial que nos diz (ou se nos impõe) que o Rap é o gênero mais popular do mundo¹⁶; que o *oversinging* não é somente o modo de cantar das igrejas afro-estadunidenses, mas a maneira mais bonita de cantar; que o inglês é a língua universal da contemporaneidade, entre outras inferências, sugestões e imposições culturais, que também se convertem em dinheiro e ideologias. Mas, ainda há, em muitos lugares, os indivíduos que não se deixam ser totalmente influenciados pelos invasivos e desterritorializados fluxos dos produtos culturais digitais.

Note-se, no entanto, que entre os mais de 30 gêneros musicais brasileiros, o Repente é improvisação praticada há muito tempo no Brasil, bem antes do Rap existir; e o canto limpo e sem firulas (uma das marcas do estilo brasileiro de cantar e o oposto do *oversinging*), desde Mário Reis e, posteriormente (e mundialmente), com João Gilberto na Bossa Nova, está presente no canto de Roberto Carlos, de Rita Lee e de várias gerações

¹⁶Disponível em <https://billboard.uol.com.br/noticias/rap-e-o-genero-mais-ouvido-do-mundo-segundo-spotify/> acesso em 1 de set. 2018.

posteriores; sem mencionar que o Português brasileiro sempre desafiou o canto e o falar gutural do povo português, do maxixe à moda de viola, do samba ao Rock Brasil.

Isto posto, vamos às definições.

Sertanejo Universitário, segundo o Dicionário Cravo Albin e a Wikipédia¹⁷, esse gênero oriundo do sertanejo caipira (cujo desenvolvimento histórico tratamos brevemente em nossa dissertação de mestrado, mas que se destaca pela grande abertura a novas influências), carrega a marca de outros gêneros musicais brasileiros (axé, arrocha, brega, forró, vanerão, entre outros ritmos de longa existência, convivência e mestiçagem em solo brasileiro, fruto de variada combinação de ritmos, de estilos e raízes regionais) e também internacionais (notadamente, de ritmos do México, aqui trazido pelo cinema, os ritmos fronteiriços vindos do Uruguai, Paraguai, Argentina, Bolívia, Venezuela e Colômbia, os ritmos impostos pela portentosa indústria cultural dos EUA, como o country, o rock, o pop e o rap). É muito interessante notar que na atualidade, o adjetivo universitário adicionado à palavra sertanejo, revela a força da popularização do ensino universitário no país, momento em que estudantes do interior começam a participar da cena universitária de grandes centros como Goiânia (GO), Campo Grande (MS), Cuiabá (MT), Belo Horizonte (MG) e São Paulo (SP), a partir dos anos 2000. Diferente do movimento romântico dos anos 1990, o sertanejo universitário parece estar voltado ao ambiente festivo, devido ao ritmo mais acelerado, com letras que continuam a falar de amores frustrados, mas também relatando os amores de uma noite só, bebedeiras, baladas, modelos de carros, enfim, temas urbanos com um roupagem de classe média rural, por vezes tratados de forma jocosa, outras, como uma reedição do romantismo brega dos anos 1960 e 70. Em Bauru, o movimento de festas, shows e baladas com esse tipo de música é muito popular (está em alta, na verdade, como a pesquisa do ECAD demonstra).

Funk Carioca, cujo nome evidencia a referência ao *soul* norte-americano dos anos 1970, parece não explicitar uma técnica de apresentação feita pelos primeiros adeptos do gênero estadunidense no Brasil (entre eles Tim Maia, Banda Black Rio, Lady Zú, Sandra de Sá, Hyldon, Cassiano e outros): o uso de *playbacks*, mixagens e colagens de trechos de músicas outros artistas, os chamados *samplers*. Segundo o dicionário Cravo Albin¹⁸, no “início da década de 1980 a sonoridade do *soul music* mudou para o *Miami bass*, com

¹⁷Disponíveis em http://dicionariompb.com.br/sertanejo-universitario/dados-artisticosemhttps://pt.wikipedia.org/wiki/Sertanejo_universit%C3%A1rio acesso em setembro de 2019.

¹⁸ Disponível em <http://dicionariompb.com.br/funk/dados-artisticos> acesso em setembro de 2019.

as batidas graves acentuadas”, usado por James Brown, e utilizando *samplers* de músicas brasileiras e norte-americanas (de gêneros como samba, marchinhas, rap, *disco* e outras variações do *soul*, entre outros). Diferente da primeira geração, em que os temas do movimento negro estavam mais presentes, a segunda geração passou a compor letras com temas mais amenos, eróticos e engraçados (talvez uma resposta ao clima de violência das comunidades suburbanas brasileiras onde ocorrem os bailes). Como percebemos um movimento de funk bauruense, especialmente quando uma das emissoras de rádio passou a tocar o gênero, decidimos incluí-lo.

A Música Pop, seja ela nacional ou internacional, pode ser caracterizada como Pop Rock (é assim que a chamamos em rádio). O termo foi criado na década de 1950 no Reino Unido para classificar (ou desqualificar) o nascente rock’n’roll. De fato, os elementos que compõem a música Pop perpassam quase todos os gêneros, em quase todas as produções atuais, sem fazê-los perder suas características. Jeder Janotti cita o exemplo do pagode e do forró:

Há então um forte acento pop quando gêneros musicais como o pagode romântico e o forró eletrônico adicionam às poéticas do samba e do forró texturas sonoras oriundas do universo sônico do pop-rock global. A inclusão de instrumentos como contrabaixo amplificado, guitarra, teclados e bateria vão materializar não só um embate entre modernidade/tradição, bem como buscas por ampliação de público, transformação de referenciais estéticos e trânsitos entre sensibilidades locais e globais. Não por acaso, como aponta Felipe Trotta (2011), parte desses processos envolvem a atualização da temática das músicas, que reconfiguram o rural em urbano e a tradição em inovação, sem deixar de reivindicar, como atestam as assinaturas pagode e forró, uma linha de continuidade com suas gêneses. (SÁ; CARREIRO; FERRARAZ, 2015, p. 47).

Porém, ao catalogarmos o Pop como gênero musical, estamos falando de uma música que engloba elementos do rock e do folk, mas que conseguiu se diferenciar desses últimos com o passar dos anos ao adicionar outros elementos. Talvez, características mais relacionadas ao consumo massivo, que suavizassem as características originais do rock ou do folk. Thiago Soares é mais preciso:

Compreende-se por música pop, as expressões sonoras e imagéticas que são produzidas dentro de padrões das indústrias da música, do audiovisual e da mídia; tendo como lastro estético a filiação a gêneros musicais hegemônicos nos endereçamentos destas indústrias (rock, sertanejo, pop, *dance music*, entre outros); a partir de orientações econômicas fortemente marcadas pela lógica do capital, do retorno financeiro e do que Frédéric Martel chama de “*mainstream*” – ou seja “a produção de bens culturais criados sob a égide do capitalismo tardio e cognitivo que ocupa lugar de destaque dentro dos circuitos de consumo midiático”. (MARTEL, 2012, p. 11) A discussão em torno da música pop, está ancorada diante de, pelo menos, duas retrancas (ou subtemas): a) Cultura Pop e b) Estéticas do Entretenimento. (SÁ; CARREIRO;

FERRARAZ, 2015, p. 21).

Para esta pesquisa dividimos o gênero em Nacional e Internacional porque há cantores e compositores que preferem produzir, exclusivamente, em língua inglesa e outros que o fazem em língua portuguesa.

MPB é outra definição que pode ser mais complexa que o significado literal dito pelo nome. A sigla de Música Popular Brasileira abarcaria toda a produção musical nacional. Porém, o rótulo foi criado para diferenciar um tipo de música, muito ligado à produção sonora da classe média brasileira dos anos 1960, especialmente influenciada pela Bossa Nova. Principalmente nos anos de festivais, época em que os artistas da MPB disputavam a audiência com os novatos da Jovem Guarda. Talvez, essa geração que percebeu as inovações da Bossa (que pode ser mais um modo de tocar do que um gênero propriamente dito), acabou por trazer todos os gêneros brasileiros para o modo de interpretação feito com voz e violão. Ou seja, é possível tocar um samba, um baião, um rock, uma toada, enfim, qualquer gênero popular brasileiro dando ênfase ao arranjo mais complexo do violão, acompanhando a voz, cantada ao estilo de João Gilberto, cuja maneira de interpretar influenciou cantores de distintas vertentes e gerações, como Roberto Carlos, Rita Lee, Caetano Veloso, João Bosco, Milton Nascimento, Djavan e Lenine, entre outros.

Assim, os intérpretes dos principais nomes da MPB e os que compõem no mesmo estilo, que participavam ativamente da programação da rádio educativa em que atuávamos e os que participavam dos shows que produzíamos, são muito conhecidos na cidade, e ainda dispõem de espaço para tocar e diferentes lugares e para vários tipos de públicos.

Já o rock na cidade de Bauru preenche um espaço tradicional, em que os vários estilos do rock (progressivo, punk, folk, *hardcore*, etc.) e até do blues podem ser ouvidos. Assim, de forma geral, define-se Rock como o movimento musical que surgiu do Blues e do Gospel, nos EUA dos anos 1940, e que emergiu nos anos 1950, como um ritmo preferido primeiramente, pelos jovens negros. Segundo a página da Enciclopédia Britânica¹⁹, após se espalhar pelos países de língua inglesa e, rapidamente, aos outros países do mundo, virou o símbolo da consolidação da indústria fonográfica global, que foi auxiliada pela transistorização das tecnologias de recepção de radiodifusão.

Os primeiros rádios de pilhas iniciaram a era da miniaturização e se tornaram os

¹⁹Disponível em <https://www.britannica.com/art/rock-music> acesso em setembro de 2019.

equipamentos eletrônicos portáteis mais populares em décadas, recursos que impulsionaram a audição individual e os novos ritmos dedicados aos jovens. O rock e o pop internacional, assim como a jovem guarda no Brasil, foram auxiliados pela progressão das emissoras jovens, que transmitiam em FM, e pela popularização dos radinhos, das vitrolas domésticas e dos gravadores e reprodutores de fita cassete. *Grosso modo*, de acordo com a mesma enciclopédia, rock “é um tipo de música com melodia simples e uma batida bem forte que é tocada e cantada, normalmente alto, por um pequeno grupo de pessoas com guitarras elétricas e baterias” (tradução nossa²⁰).

Outro gênero tradicional e bastante popular em Bauru, o Samba, segundo o Dicionário Cravo Albin²¹, surgiu em fins do século XIX, nas “imediações do Morro da Conceição, Pedra do Sal, Praça Mauá, Praça XI, Cidade Nova, Saúde e Zona Portuária” e que crescia com a população de negros e mestiços de todo o país, especialmente da Bahia, incluindo ex-soldados da Guerra de Canudos (a mesma população que constitui as favelas, na então capital do país).

Lira Neto relembra o nome deste pedaço do Rio de Janeiro habitado por ex-escravizados e seus descendentes, rico em rituais africanos, batucadas e rodas de capoeira, de “Pequena África” (NETO, 2017, p. 27). Mesmo com registros anteriores, o marco inaugural do gênero é “Pelo Telefone”, de Donga (e outros autores, autoproclamados ou não, que é fonte de polêmicas históricas), de 1917 (NETO, 2017, p. 89). De ritmo cadenciado, é cantado e acompanhado de palmas, de vários instrumentos de percussão e instrumentos de corda e sopro. O batuque, como se diz, desde muito foi reprimido pelas autoridades republicanas até ganhar *status* de símbolo nacional por Getúlio Vargas e Heitor Villa-Lobos (NETO, 2017, p. 12).

A Música Eletrônica (ou *Electronic Dance Music*, EDM, segundo a Enciclopédia Britânica²²) de que tratamos aqui é a que se concentra na tradição que ficou popular entre os anos 1970 e 80, em que DJs selecionam as músicas (ou alguns *samplers*) e cuidam de sua execução e mixagem ao vivo. Feita basicamente de sons inorgânicos, oriundos de sintetizadores, e de recortes de outras músicas, seu objetivo maior é propiciar o ambiente ideal para o público dançar a noite toda, segundo a Britânica *online*. Com várias composições somente instrumentais, conforme a tradição de música eletrônica erudita,

²⁰Retirado da página da Enciclopédia Britânica, o original: “rock is a kind of music with simple tunes and a very strong beat that is played and sung, usually loudly, by a small group of people with electric guitars and drums”.

²¹Disponível em <http://dicionariompb.com.br/samba/dados-artisticos> acesso em setembro de 2019.

²²Disponível em <https://www.britannica.com/art/electronic-dance-music> acesso em setembro de 2019.

uniu-se à popularização da *disco music*, do movimento afrofuturismo, das cenas de jazz e da música negra dos EUA, da música eletrônica dançante europeia (como a pioneira banda alemã Kraftwerk) e, de certa forma, adere ao Pop (o que vimos nos anos 1980 no Brasil, com bandas de sucesso como Pet Shop Boys, entre outras). Em Bauru, é possível encontrarmos várias vertentes (Techno, House, High BPM e outras), normalmente em festas pequenas, em um ambiente que reúne artistas (não somente da música) e um discurso de proteção à mulher, de acolhimento do público LGBTQ+ (público que participou da origem do movimento) e com forte aceno ao movimento de contracultura e do *underground*. A digitalização contribuiu para que vários artistas tivessem acesso aos *softwares* que substituíram os caros equipamentos que eram necessários antigamente. Além de tocarem, os artistas de música eletrônica fazem performances ao vivo, não utilizando somente o computador, mas instrumentos musicais analógicos e digitais, decorando o ambiente com *videomapping*, etc.

E, finalmente, o Rap, que está ligado ao movimento Hip Hop e à cultura urbana das periferias (mas que ganhou vários públicos do mundo). Segundo a versão *online* da Enciclopédia Britânica²³, Rap é o “estilo musical cuja fala rítmica e/ou a rima é cantada (...) durante o acompanhamento musical. E esta música de fundo, que pode incluir sampleamento digital (música e sons extraídos de outras gravações), é também chamada Hip-Hop”. Esse movimento mais amplo inclui não somente o *rapper* e o DJ (para samplear as músicas), mas também os dançarinos de Break e artistas de grafite. O discurso de protesto e de legitimação é o ponto forte.

Em Bauru o movimento Hip Hop já existe há anos e engloba, além das artes que mencionamos, moda e cabelo afro e um movimento que se tornou ponto de cultura do Estado de São Paulo²⁴. Nele ocorrem apresentações musicais, cursinhos pré-vestibulares gratuitos, oficinas de formação de produtores musicais e audiovisuais, promoção de batalha de rimas, organização do Hip Hop feminino, biblioteca, cinema, entre outras manifestações da cultura Hip Hop. Talvez pelo perfil militante do próprio movimento, o Hip Hop em Bauru se apresenta como a cena mais organizada, indo além das apresentações musicais.

Após esse aprofundamento inicial nos movimentos musicais que são apontados,

²³Em uma tradução livre, feita por nós, da mencionada Enciclopédia, “**Rap**, musical style in which rhythmic and/or rhyming speech is chanted (“rapped”) to musical accompaniment. This backing music, which can include digital sampling (music and sounds extracted from other recordings), is also called hip-hop”. Disponível em <https://www.britannica.com/art/rap> acesso em setembro de 2019.

²⁴Disponível em <http://estadodacultura.sp.gov.br/projeto/1224/> acesso em setembro de 2019.

pelo ECAD e por nós, como os mais populares, já percebemos as dificuldades de identificar todas as manifestações musicais que ocorrem na cidade. Por anos, dedicamos a apenas duas dessas cenas. E, como os meios de comunicação e os movimentos de música independente antes de nós, destaca-se a necessidade de se estabelecer relações pessoais para facilitar o fluxo de informações. Caso ocorram esses contatos entre profissionais de mídia, organizações de músicos e os músicos individualmente, é possível que a arte independente ganhe mais destaque ou visibilidade nos meios de comunicação. E, assim, seja vista pelo público como é: uma manifestação do trabalho humano também.

1.5 – Arte Popular e Arte Midiática

Bem, o que é arte? Em Marx, a arte é fruto do trabalho humano, ou seja, mediação ativa entre o homem e a natureza e entre um ser e outro ser (FREDERICO, 2004, p. 21). O artista modifica a natureza dando-lhe significado cultural, tornando-a uma manifestação simbólica, ou seja, um bem cultural imaterial. E devido as suas semelhanças com o trabalho material, a arte acaba por existir nas sociedades capitalistas, sob o jugo das leis de produção (2004, p. 22). O homem usa seus cinco sentidos (e mais seus sentidos subjetivos e intangíveis, como os espirituais, os práticos, etc.), formados durante toda a história da evolução da espécie humana, como “forças essenciais humanas” (MARX, 2008c, p. 110). O que Marx chama de “objetivação da essência humana” é que determina que o homem faminto não perceba a beleza a sua volta, apenas sua necessidade de alimentar-se, como um animal; e que o comerciante de minérios perceba apenas o valor comercial e não “a beleza e a natureza peculiar do mineral” (2008c, p. 110). Fica claro que a percepção da beleza e do valor de qualquer pedra preciosa é social e culturalmente atribuído.

Partindo desta definição, de arte como trabalho imaterial humano sob o jugo das leis de produção, podemos inferir que também as divisões e valorações entre arte popular e arte midiática são construídas socialmente. Alfredo Bosi nos ensina que a palavra cultura é carregada de significados; que é descendente do verbo latino *colo*, cujas variações estão ligadas não somente à cultura, mas à ocupação, ao trabalho e ao cultivo de um campo: - que nomeou o inquilino dessa terra, está na raiz de colônia, colono e culto aos mortos (1992, p. 11). O particípio passado de *colo*, *cultus*, continua o professor Bosi, não traz somente essa noção de trato durante os séculos, “mas principalmente a qualidade resultante desse trabalho e já incorporada à terra que se lavrou”. Ato de incontáveis tarefas, “sinal de que a sociedade que produziu seu alimento já tem memória”. O que nos

leva ao culto aos mortos (1992, p. 13).

Bosi ressalta que o “ser humano preso à terra e nela abrindo covas que alimentam o vivo e abrigam o morto” (1992, p. 14) tem a “possibilidade de enraizar no passado a experiência atual de um grupo” através de mediações simbólicas. As mediações que começam como culto, como ato religioso (1992, p. 15). E ele continua:

É o gesto, o canto, a dança, o rito, a oração, a fala que evoca, a fala que invoca. No mundo arcaico tudo isso é fundamentalmente religião, vínculo do presente com o outrora-tornado-agora, laço da comunidade com as forças que a criaram em outro tempo e que sustentam a sua identidade. A esfera do culto, com sua constante reatualização das origens e dos ancestrais, afirma-se como um outro universal das sociedades humanas juntamente com a luta pelos meios materiais de vida e as consequentes relações de poder implícitas, literal e metaforicamente, na forma ativa de *colo*. (BOSI, 1992, p. 15).

Partindo das noções de *colo*, ligada a ocupar um novo chão, de *cultum*, como esta ligação com o passado tornado presente, e de *culturus*, como o que vai ser trabalhado, é que Bosi defende que há culturas e não cultura no singular. Para ele, existem a “cultura universitária, cultura criadora extrauniversitária, indústria cultural e cultura popular” (1992, p. 309), quase nunca as diversas denominações ocorrem de modo estanque. E eis que, nesta pesquisa, percebemos empiricamente que a música independente, artesanal, popular, autônoma ou criadora da cidade de Bauru, especificamente, ainda representa uma manifestação temporal do que pensa determinado grupo social coeso, que muitas vezes, também é portador de alguns traços culturais específicos. Porém estes traços específicos se expandem. Há, dentre os músicos, os que são francamente influenciados por um tipo de música que chega, agora, não mais pelos forasteiros nos trens da cidade, como ocorria em Bauru no começo do século XX (e o veremos no capítulo 2); mas por manifestações específicas das indústrias culturais, estas também definidas no plural. Ou seja, as culturas musicais que ganharam os meios de comunicação digital continuam locais, mas conquistam adeptos fora da localidade ou trazem informações de cenas similares às da cidade.

Dessa forma, se o Rock chegou trazido pelo rádio e conquistou um público, ao mesmo tempo que inspirou compositores, o mesmo ocorreu mais recentemente com os apreciadores e compositores de Funk Carioca. Em nossa dissertação de mestrado, ao pesquisar a música caipira, típica do interior paulista, já percebíamos este mesmo movimento de apreciadores e compositores de modas de viola que estavam em contato pela internet com as obras produzidas em várias partes do país. Curiosamente, alguns destes músicos independentes almejam (e, por vezes, se frustram) participar do chamado

mainstream. Ou pelo menos liderar um nicho mais amplo que ultrapassasse as fronteiras da cidade e que gere reconhecimento e retorno econômico.

A música, nas eras midiáticas, passou a significar mais do que em outros tempos, arte e trabalho. Entretanto, nos dias atuais os artistas vivem um impasse, porque também a música se manifesta como um ritual religioso de quem crê que vencerá o tempo e a superinformação dos canais e dispositivos digitais, e conquistará o tão almejado reconhecimento. Mesmo inconscientemente, o que levaria um músico a compor uma música a mais em um repertório já volumoso, se não fosse para poder expressar-se livremente e para expressar os efeitos do entorno sobre a sua *persona*, sobre os seus, sobre os amigos, conhecidos e aos admiradores de criação e interpretação musical? Sensibilidade esperançosa, diríamos. Não somente como forma de expressão criativa, e até de afirmação estética, de resistência cultural, ou até como manifestação política. Mesmo quando o artista possui a noção, um tanto desencantada, de que essa produção será mais uma entre as várias produzidas localmente, nacionalmente e internacionalmente. Mesmo quando o músico já tem a vivência crua de que ela passará ao largo da atenção geral, que é dedicada para poucas composições e artistas, cuja máquina mercadológico-publicitária abraçou e massificou. Como afirma Vaz, o artista tem uma natural e interior “convicção” que seu trabalho é merecedor de divulgação (1988, p. 13).

O próprio Alfredo Bosi já percebia que qualquer um fenômeno típico da cultura popular, para ele uma “instituição”, não deveria ser algo enrijecido (BOSI, 1992, p. 309). Porque mesmo manifestações culturais de uma comunidade pequena, como a Procissão do Senhor Morto na Semana Santa, cantos de Umbanda, etc., hoje em dia podem ter suas manifestações registradas em áudio e em vídeo, e se tornarem uma dissertação no meio universitário, entre outras intersecções.

Assim, para esta pesquisa, a arte popular “basicamente iletrada”, de algum grupo interiorano “pouco letrado” ou do “pobre suburbano ainda não de todo assimilado pelas estruturas simbólicas da cidade moderna” (BOSI, 1992, p. 309) e seu extremo oposto, a arte acadêmica, e os outros tipos de arte, como a midiática, por exemplo, acabam por se misturar, interinfluenciar e se transformam em produtos praticamente sincréticos.

Recorremos especificamente sobre a nossa experiência profissional no rádio, como uma demonstração concreta dessas, digamos, contaminações culturais: já nos utilizamos de gravações não profissionais (ocorridas no âmbito da chamada cultura de bar da cidade de Bauru – por si uma instituição), para compor a programação de músicas

independentes. Mesmo sem uma grande qualidade de captação e edição de áudio, conseguíamos realçar os outros valores dessas músicas: por ser local, por ser gravada em um bar conhecido por uma pessoa daqui, por ser um registro único etc. Assim, reafirmamos a nossa convicção de que mesmo agindo unilateralmente, um programador de rádio pode construir público efetivo para qualquer tipo de música. Caso aja abertamente e em conjunto com outras emissoras e gravadoras (caso das emissoras comerciais), ou mesmo com os ouvintes e músicos, um programador experiente e habilidoso pode expandir esse público para fora de seu alcance midiático e de suas preferências estéticas.

1.6 – Ciberespaço

Pretendemos explorar, brevemente, as críticas ao uso do termo ciberespaço²⁵. Sabemos que o termo Ciberespaço aparece pela primeira vez no livro *Neuromancer*, de William Gibson, de 1984. No romance, o ciberespaço é o espaço extracorpóreo controlado por monopólios, onde flui toda informação da humanidade cujas lideranças podem banir seus habitantes e aprisioná-los em seus corpos físicos, como ocorre com Case, personagem principal da obra. Já Pierre Lévy, em seu *Cibercultura*, usa o termo ciberespaço como sinônimo de rede (LÉVY, 1999, p.17), desenvolvendo a partir dele o termo cibercultura e outras terminologias relacionadas. Mais especificamente:

O ciberespaço não compreende apenas materiais, informações e seres humanos, é também constituído e povoado por seres estranhos, meio texto meio máquinas, meio atores, meio cenários: os programas. (...) Através dos circuitos que comandam, os programas interpretam dados, agem sobre informações, transformam outros programas, fazem funcionar computadores e redes, acionam máquinas físicas, viajam, reproduzem-se etc. (LÉVY, 1999, p.41).

Lembramos que um termo anterior ao cunhado por Gibson e de uso mais disseminado, cibernética, foi criado pelo matemático norte-americano Norbert Wiener em 1948, em seu *Cibernética: controle e comunicação no animal e na máquina*. A data também foi registrada por Martino, que percebeu que o uso do prefixo ciber era quase mágica e que, nos dias de hoje, faz referência à "relação entre informação, comunicação e controle em sistemas específicos" (2014, p. 21). O dicionário *online* Priberam define a

²⁵Esta proposição de debate é parte de um artigo de nossa autoria, ainda no prelo.

palavra “cibernético” como algo “próprio de piloto, capaz de pilotar”, tendo origem grega²⁶.

De fato, a pesquisa de Wiener usa o sentido de controle, derivado do sentido grego, para conceituar a nova palavra. Edgar Morin afirma que a cibernética de Wiener ensinou a primeira “revolução do pensamento”, que junto com a teoria dos sistemas de Von Bertalanffy, constituem os primórdios das ciências da organização (MORIN, 2005, p.279). Para Morin, a cibernética está ligada à máquina “dotada de um programa ou manipuladora de informação”, ligada à mera comunicação de informação, aquela que não suporta eventos aleatórios, considerando-os “ruídos” (2005, p.295).

O mesmo dicionário registra uma alteração sofrida pelo termo ao longo do tempo e afirma que o prefixo ciber, cuja popularidade deve-se aos produtos midiáticos em língua inglesa (*cyber*), acaba por exprimir também “a noção de internet ou de comunicação em rede entre computadores”²⁷. Ou seja, aparentemente, o uso frequente da palavra ciberespaço no sentido de rede, usado por Pierre Lévy, parece ocultar o significado original de controle. De uso corrente ou não, sentimos a necessidade de debater o termo, para usá-lo da maneira mais precisa em nossa pesquisa.

Afinal, o Ciberespaço ainda pode ser considerado uma nave que podemos controlar, enquanto navegamos pelos ambientes virtuais da Internet? Ou sua formação lógica caótica e também inteligente, já prescinde de governo humano? Autores como Denis Renó (2013; 2015) e José Luis Orihuela (2004), defendem que não há controle e o último autor propõe a adoção do termo “eCommunication” ao invés do conceito de Cibernética.

O professor Renó, no artigo A Narrativa Transmídia e a “Desgovernabilidade” Jornalística de 2013, afirma que a palavra governo, tal como fora usada por Michel Foucault, não se aplica à Internet, onde a população ganha voz e desregula o forte poder dos oligopólios (2013, p.143). Mais adiante, o professor adapta a noção de governo, de Foucault, ao jornalismo, estrutura presente no fazer notícia:

Gobernar bien, algunas veces (para Foucault), es saber subordinarse a algo para conseguir sus propios objetivos. Como disse el autor, saber gobernar es tener

²⁶ <https://www.priberam.pt/dlpo/cibern%C3%A9tico> acesso em julho de 2017.

²⁷ <https://www.priberam.pt/dlpo/ciber-> acesso em julho de 2017.

conciencia de que todo esto es fruto de las relaciones empíricas con los otros y que no existe gobierno solitario. De esta forma, el periodismo “gobierna” o es gobernado por terceros que detentan algún poder, sea político, social, económico, religioso o mismo bélico. Un periodista, aun que la teoría proponga otra situación, no tiene libertad incondicional para decir algo que pasó con una importante compañía que hace publicidade en el periódico donde trabaja. Lo mismo passa com algún político involucrado em denuncias de corrupción que tiene una buena relación personal com el editor, con el director o con el dueño de la compañía. (RENÓ, 2013, p.149).

O autor continua o texto afirmando que com a Internet 2.0, o controle é colocado em xeque:

La sociedad vive, hoy, um surgimiento de blogs com contenidos informativos producidos por profesionales periodistas, que publican en sus páginas web personales las noticias que no podrían publicar em el periódico en que trabajan. Algunos asumen su identidad real, pero otros, por seguridad laboral, crean nombres ficticios y siguen escribiendo. (RENÓ, 2013, p.149).

Denis Porto Renó ilustra essas afirmações ao falar sobre o lançamento do livro *A Privataria Tucana*, de 2011, do jornalista Amaury Ribeiro Júnior, que denunciava a corrupção no governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (2013, p.152). De fato, o livro foi excluído dos telejornais e, mesmo assim, conseguiu vender vários exemplares graças à ação coordenada de internautas. Seguramente, a liberdade oferecida às publicações independentes na Web e, mais largamente, fora dela, tem potencialidade de viralizar e ganhar públicos impensáveis.

É essa liberdade que leva o professor à seguinte afirmação:

Con todo, percibimos que lagobernabilidadpropuesta por Foucault no es una realidad mediática a partir del surgimiento de las redes sociales y de posibilidades 2.0 de producir contenidos para la web. Los ciudadanos transformaron el espacio digital em un campo sin gobiernos, donde la sociedad tiene el poder de definir lo que debe ser tema del periodismo para una real democracia: establecido por la mayoría ciudadana. (RENÓ, 2013, p.157).

Neste caso, os *gatekeepers* perderam a força, segundo o autor. Foram alguns milhares de cidadãos que decidiram a importância de um assunto e que fizeram com que uma rede de televisão cobrisse o assunto *a posteriori* (2013, p.158). Este fato jornalístico é o exemplo usado pelo autor em seu artigo de 2015, ao concordar com José Luis Orihuela, em texto de 2004, *Blogging and the eCommunication Paradigms*, sobre a

impertinência do termo ciberespaço, inspirado em Cibernética, proveniente do “grego kibernetes, ou seja, a arte de governar uma nave” (RENÓ, 2015, p.268). Segundo o autor, a nave em questão (a internet) não é governada.

Já José Luis Orihuela propõe que substituamos o termo ciberespaço por *eCommunication*, novo cenário onde ocorre a “grande mudança dos modelos clássicos de mídia de massa para os paradigmas de nova mídia”. Nele “o usuário” se tornaria “o eixo do processo de comunicação”, onde “o conteúdo” seria “a identidade das mídias”, a “multimídia” seria “a nova linguagem, o tempo real” “o único tempo”, o “hipertexto” a “gramática” e o “conhecimento” seria “o novo nome da informação” (2004, p.127).

O autor segue seu pensamento destacando o controle do usuário, ex-audiência, sobre essa *eCommunication*, em palavras como *self media*, *nanopublishing*, etc. (2004, p. 127). Esse novo espaço seria caracterizado pela abundância ao invés de escassez, não-mediado, de livre acesso (2004, p.129) e interativo (2004, p.130).

Todavia, há suspeitas que essa liberdade custe nossa privacidade, para quem pagar melhor aos portadores dos dados, que são sempre interessantes para todo tipo de comércio e de controle, e que apenas escolhemos algumas possibilidades previamente delimitadas pelos algoritmos. Ademais, como meio de comunicação, que Paul Levinson chama de “*new new media*”, diferente da velha mídia radiodifundida, a Internet pode funcionar de muitos para muitos (LEVINSON, 2013, p.3), mas também de um para nenhum.

1.6.1 – Cyberpunks, Computer Lib, Manifesto Cypherpunk, Wikileaks e outros: algumas denúncias sobre a persistência do controle

Como no romance de William Gibson, o ciberespaço oferece liberdade de ação que, por vezes, sugere que o espaço que ocupamos é nosso. Mas desde sua invenção

e popularização, há os que percebem essa ilusão e temem o controle abusivo, sub-reptício. Vejamos alguns exemplos.

A World Wide Web, que em março de 2019 completou 30 anos, é uma das várias ferramentas de acesso à internet. Criação do CERN²⁸, chefiado por Tim Berners Lee²⁹, na Suíça, tem forte contribuição da cultura hacker dos anos 1970, cujo lema era “Computer Lib” (do livro homônimo de Ted Nelson, de 1974, idealizador do hipertexto e da navegação horizontal). A invenção desse código aberto, ou seja, cujo proprietário abriu mão de seus direitos de autor, valorizava o seu uso por pessoas não especializadas em informática, para que o recurso pudesse ser acessível, de utilização abrangente, e que servisse para o desenvolvimento do conhecimento coletivo e gratuito. O CERN criou o HTML para adaptar a linguagem TCP/IP e distribuiu gratuitamente sua invenção.

Em 1993, Eric Hughes publicou o Manifesto Cypherpunk³⁰. O prefixo *cypher*, referência às cifras da criptografia, é um trocadilho com *cyber* e faz referência ao movimento ciberpunk que o originou. A ideia era popularizar a necessidade de utilizar navegadores criptografados, que escondessem o rastro dos usuários na internet. Assim, nos livraríamos de observadores e rastreadores não-autorizados.

Em 2006, o ciberativista australiano Julian Assange³¹ fundou o WikiLeaks, para publicar documentos oficiais sigilosos e ofensivos aos interesses coletivos e às liberdades democráticas. Assange, que foi premiado pela Anistia Internacional, estava desde maio de 2012 asilado na Embaixada do Equador, está nas mãos da justiça inglesa, a caminho dos EUA. A predileção de Julian Assange pela cultura *hacker*, de invasão de portais governamentais e de grandes empresas, levou-o a se deparar com intrincados segredos que, em seu juízo militante em prol da liberdade democrática de informação, não poderiam continuar escondidos por alguns Estados do bloco capitalista, associados aos grandes controladores das corporações informáticas internacionais. O WikiLeaks forneceu e ainda fornece aos jornalistas investigativos do mundo todo, farto material que

²⁸Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o_Europeia_para_a_Pesquisa_Nuclear acesso em fevereiro de 2017.

²⁹ Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web acesso em julho de 2017.

³⁰ Disponível em <https://www.activism.net/cypherpunk/manifesto.html> acesso em julho de 2017.

³¹Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Julian_Assange#WikiLeaks acesso em agosto de 2017.

desmentem declarações oficiais de crimes de guerra, armações políticas, entre outros segredos estratégicos de Estados e de grupos econômico e empresariais multinacionais.

Em 2013, foram divulgados pelo analista de sistemas, Edward Snowden, um dissidente da NSA, as atividades abusivas da agência de espionagem dos EUA. O ex-espião “cibernético” alardeou ao mundo que o contribuinte dos Estados Unidos e os usuários de internet do planeta estavam sendo vigiados sem autorização da justiça e dos governos. Snowden está asilado na Rússia, e é hoje, um grande incentivador do uso de navegadores como Tor, que aumenta a segurança do usuário ao encobrir na Internet, os rastros do usuário comum, e estimular outras práticas simples de navegação digital, para dificultar a invasão de privacidade.

Já em 2014, Ethan Zuckerman, pesquisador do M.I.T. e um dos pioneiros da Internet, escreveu um artigo chamado *Internet's original sin*³², sobre suas libertárias e boas intenções, hoje apropriadas por poucos detentores de uma exorbitante lucratividade obtida como uso ilegal de nossos dados privados: “é óbvio agora que o que fizemos foi um fiasco, então, deixe-me lembrar-lhes que o que queríamos fazer era algo admirável e nobre” – tradução nossa. Jonathan Taplin mostra que esse ideal de liberdade foi subvertido por intelectuais de direita, que são sempre contrários à celebração da democracia e da descentralização das informações e do poder econômico e político (2017, 4ª Edição Kobo). Hoje, esses homens são considerados os donos da Internet e também os capitalistas mais ricos do planeta. Assim, o ideal de privacidade individual e o de publicidade aos atos governamentais e de grandes corporações, são dois dos pilares morais e éticos, que movem as pessoas citadas. Infelizmente, os dois ideais democráticos e civilizatórios são considerados muito ruins para os negócios mais exclusivos e lucrativos do planeta.

Neil Postman, em uma palestra de 1998 chamada *6 Questions on Technology*³³, respondeu à seguinte pergunta: que tipo de pessoas e instituições adquire poder político e econômico por causa da mudança tecnológica? Para Postman, um dos mais importantes

³² “It’s obvious now that what we did was a fiasco, so let me remind you that what we wanted to do was something brave and noble”. Disponível em <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/08/advertising-is-the-internets-original-sin/376041/> acesso em julho de 2017.

³³ A partir de 39 minutos <https://www.youtube.com/watch?v=dBlfPhsrvtw> acesso em julho de 2017.

pesquisadores mundiais das tecnologias contemporâneas, a “exploração de uma tecnologia sempre resulta em um realinhamento de poder econômico e político. Um novo meio cria novos empregos e torna obsoletos outros antigos”. E complementa “Um novo meio dá proeminência para certos tipos de habilidades e subordina outras”.

Mais adiante, Neil Postman exemplifica em sua memorável palestra:

[...] a televisão deu poderes a alguns enquanto tirou de outros, o que é aplicável a todo meio importante. E este fato sempre foi compreendido por empresários inteligentes, que veem oportunidades emergindo da criação de novos meios. É por isso que os empresários de mídia são a força mais radical da cultura. Eles são interessados em maximizar seus lucros em novos meios e, geralmente, não pensam efeitos culturais de larga-escala. Os grandes radicais da América [do Norte] sempre foram os nossos empresários: Morris, Bell, Edison, Sarnoff, Disney. Estes homens criaram o século XX, assim como Bill Gates e outros estão criando o século XXI. Eu não sei se algo pode ser feito para moderar as mudanças culturais que os empresários de mídia obrigarão, mas cidadãos têm que saber o que está acontecendo e manter os olhos abertos sobre essas pessoas. (POSTMAN, 1998).

Liberdade de lucro, sem o controle dos Estados e das sociedades, pode ser um problema intrincado e de difícil moderação. E há outros exemplos que vêm direto do centro do capitalismo global, os Estados Unidos. Jonathan Taplin, no livro *Move Fast and Break Things*, nos fala sobre o discurso anti-monopolista do presidente dos EUA Woodrow Wilson, em 1912: “Se o monopólio persistir, ele sempre terá o leme do governo” (TAPLIN, 2017, 4ª Edição Kobo)³⁴. Logo na introdução do livro, outro exemplo de Taplin: o autor relata que desde a virada do século XIX para o XX, quando outro governante estadunidense, Theodore Roosevelt tomou o monopólio nas áreas de petróleo, ferrovia, telecomunicações e metalurgia de John Rockfeller, J.P. Morgan e outros, o país não enfrenta tamanha concentração de riqueza e poder (2017, 1ª Edição Kobo). O livro é uma denúncia sobre o fato das leis aplicadas para o resto da economia, ainda não serem aplicadas à Internet. Isso levou ao crescimento dos monopólios digitais e as rupturas da democracia daquele País.

Interessante notar que a busca por eficiência, empreendida pelas empresas que sempre estiveram em ambiente palpável e fora da internet, fizeram com que leis fossem criadas para regulamentar o mercado. E é, segundo Taplin, por mais eficiência e

³⁴Como se trata de e-book, ainda sem parâmetros de citação na ABNT, usamos o manual de estilo de Chicago, adaptado do Kindle para o Kobo, conforme em: <http://pt.wikihow.com/Citar-um-Livro-Kindle> acesso em agosto de 2017.

competitividade que os gigantes da internet clamam. Eficiência, na lógica capitalista, significa menos leis, ou, mais brechas legais ou tácitas, para explorar os seus negócios com a maior lucratividade possível, com menos direitos ou recursos protetivos para os cidadãos. Ou seja, um problema antigo que ressurge com novos moldes.

Jonathan Taplin brinca: “se você controla o menu, você controla as escolhas” (2017, 2ª Edição Kobo). Porém, curiosamente, os algoritmos que determinam esse menu, são oferecidos pelo Google e Facebook e outros gigantes do mundo digital. Portanto, são propriedades privadas e sigilosas, que não podem ser conhecidas por ninguém. Um exemplo claro de incongruência? Uma das primeiras leis que foram desregulamentadas pelos gigantes monopolistas, foi o direito autoral dos artistas. Como provedores de conteúdos de todo o mundo, esses bilionários digitais não têm interesse em desenvolver conteúdo próprio, tampouco querem pagar pelo conteúdo feitos pelos usuários individuais e profissionais que alimentam a audiência de seus canais de fluxos, dos seus buscadores digitais. Enquanto eles acessam abertamente todos os conteúdos e mensagens alheias, mantêm os seus códigos operacionais trancados à sete chaves.

Segundo Cavalheiro, o direito autoral começou a tomar forma no mundo ocidental, após Gutemberg desenvolver em 1436, a prensa tipográfica de tipos móveis e metálicos (CAVALHEIRO, 2001, p. 211). Além de coibir a mera cópia de escritores, os pintores também exigiam que suas obras não fossem repintadas por outros. Segundo Cavalheiro, a primeira lei de direito do autor surgiu em 1710 na Inglaterra, e foi sendo ampliada pelos monarcas seguintes (2001, p.212). O princípio legal de direitos autorais ganhou força com a Revolução Francesa em 1789, mais especificamente em 1791. A ideia era proteger não somente as cópias não autorizadas, mas o patrimônio dos criadores e seus descendentes (2001, p.213). No Brasil, a partir de 1916, a primeira lei foi promulgada já com vistas à proteção industrial (2001, p.216), com ecos de uma lei imperial de 1827 (2001, p.217).

Outra lei que esses empresários da Internet dispensaram foi a de antitrustes. As aquisições de menores empresas de Internet são muito frequentes e estão estampadas nos jornais. O Google, a maior delas já comprou mais de 250 empresas desde 2001³⁵. Nas transações econômicas fora do ciberespaço, órgãos reguladores proíbem a alta

³⁵Disponível em <http://exame.abril.com.br/negocios/relembre-as-principais-aquisicoes-do-google-ate- agora/> acesso em agosto de 2017.

concentração. No Brasil, em julho de 2018, o Cade desautorizou a compra do sistema universitário Estácio de Sá pela gigante educacional Kroton³⁶. Para o órgão regulador nacional, concentração tão grande poderia desequilibrar o mercado educacional. Acaso, as empresas de Internet não fazem parte do mercado capitalista?

Fica claro que o estabelecimento de leis como as que impedem a formação de cartéis e monopólios, ou uso indevido de propriedade intelectual, são medidas para manter o equilíbrio nos vários setores da economia. Mas as empresas de internet ainda se mantêm ao largo disso, e seguem desreguladas e cartelizadas.

1.6.2 – A opção pelo uso do termo

Dois pontos chamaram-nos a atenção nos argumentos usados contrariamente ao uso da palavra ciberespaço: conhecimento e liberdade.

Sobre conhecimento, o primeiro dos dois, Orihuela, em sua proposta de *eCommunication*, o considera como o “novo nome da informação” (2004, p.127). Lembremos que o dicionário Oxford elegeu o termo “pós-verdade” como a palavra do ano de 2016. De lá pra cá, percebemos empiricamente, que as ferramentas de criação e edição de imagens estáticas e audiovisuais conseguem simular gráficos, infográficos, animações e vídeos de alta qualidade, que simulam a credibilidade de instituições midiáticas consolidadas.

Imaginemos o que significa esse conhecimento em áreas onde a Web já está acessível na maioria dos telefones móveis, *laptops* e centros de acesso, mas que a educação formal é de baixa qualidade, como ocorre no Brasil. É evidente que as distorções possíveis nas relações sociais e informativas não são causadas só no âmbito da Internet, mas são ampliadas por ela. Lembremos da pesquisa do início de 2017 que apontava que para 55% dos brasileiros, a internet é o Facebook³⁷. E também que o dono

³⁶Disponível em <http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/cade-reprova-compra-da-estacio-pela-kroton-educacional.ghtml> acesso em agosto de 2017.

³⁷ Disponível em <https://olhardigital.com.br/noticia/55-dos-brasileiros-acham-que-o-facebook-e-a-internet-diz-pesquisa/65422> acesso em agosto de 2017.

desse, que é o aplicativo mais popular do mundo, com quase 2 bilhões de usuários³⁸, foi convidado especial na VII Cúpula das Américas, em 2015. Mark Zuckerberg foi tratado como um presidente de um país com mais de 1 bilhão de habitantes, reunindo-se e firmando parcerias com vários dos presidentes (eleitos) e presentes na reunião no Panamá. Quem elegeu Mark Zuckerberg? Certamente elegemos seu o produto, mas jamais fomos consultados sobre sua representatividade na cúpula, do mesmo modo que não fomos consultados em 2012, se gostaríamos de passar pela famosa pesquisa de manipulação emocional³⁹, empreendida pelos programadores de Zuckerberg.

Sobre o segundo, liberdade, temo-la virtualmente, potencialmente. Há, como já dissemos e Jonathan Taplin ilustra, o clamor por mais liberdade sendo entoado continuamente por esses empresários do Vale do Silício. Se for verdade que somos livres para usar a Web, poucos têm educação formal para usá-la adequadamente; se somos livres para usar criptografia, para criar nossos próprios aplicativos, esbarramos em dificuldades comezinhas, atualizações constantes e falta de tempo para aprendermos a usar corretamente todos os tipos de tecnologias digitais que hoje estão em nossas mãos, o que facilita o uso dos aplicativos de sempre; e finalmente, se somos livres para ficarmos bilionários, também é verdade que essa possibilidade é numericamente remota; principalmente se vivemos na periferia do capitalismo.

Há, segundo a ONG britânica Oxfam, 8 seres humanos que detêm o dinheiro equivalente ao de metade dos habitantes do planeta Terra⁴⁰. Bill Gates da Microsoft é o primeiro bilionário, Jeff Bezos da Amazon é o quinto, Zuckerberg do Facebook é o sexto. Conclui-se que temos mera liberdade de uso. E que o dinheiro desses homens é maior do que é produzido por países inteiros. É fácil imaginar o poder de ação de suas empresas em qualquer país do globo, mas eles demandam mais facilidades para todos os tipos de atividades humanas, que são necessárias para assegurar a vida pessoal e produtiva atual. Apesar de entrarmos livremente no ciberespaço, não nos parece claro que as escolhas são

³⁸ Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.ghtml> acesso em agosto de 2017.

³⁹ Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/06/em-experimento-secreto-facebook-manipula-emocoes-de-usuarios.html> acesso em agosto de 2017.

⁴⁰ Disponível em <http://g1.globo.com/economia/noticia/oxfam-critica-concentracao-indecete-de-riqueza-no-mundo.ghtml> acesso em agosto de 2017.

todas nossas. Há uma lista de programas e aplicativos limitados que posso escolher e agir conforme sua programação algorítmica.

Pierre Lévy, em seu livro *O que é Virtual*, de 1999, entre algumas de suas previsões sobre as virtualizações pelas quais passa a sociedade, mais especificamente sobre a virtualização dos mercados, aduz:

O “produtor” habitual (professor, editor, jornalista, produtor de programas de televisão) [e o músico também] luta assim para não se ver relegado ao papel de simples fornecedor de matéria-prima. De onde a batalha, do lado dos “produtores de conteúdo”, para reinstaurar tanto quanto possível, no novo espaço de interatividade, o papel que eles ocupavam no sistema unilateral das mídias ou na forma rígida das instituições hierárquicas. Mas, do lado da oferta, o novo ambiente econômico é muito mais favorável aos fornecedores de espaços, aos arquitetos de comunidades virtuais, aos vendedores de instrumentos de transação e de navegação que aos clássicos difusores de conteúdos. (LÉVY, 1999, p.40).

Matematicamente, é um massacre: os monopólios que crescem, ou GAFA, como Hanania e Norodom chamam Google, Amazon, Facebook e Apple (2005, p. 272), não reinvestem seus lucros na criação de conteúdos (TAPLIN, 2017, 6ª Edição Kobo), como qualquer administrador de um dos meios mais antigos faz. Os membros do GAFA vivem do conteúdo criado pelo usuário, que geram dados, cliques e audiência e, aumento do valor de sua marca e ações, além do dinheiro de propagandas, assinaturas, venda de aplicativos, de dados, etc. (o que torna irrelevante que o uso desses conteúdos seja destinado aos outros usuários).

Segundo dados divulgados pela Globo Participações, em 2016, o conglomerado brasileiro auferiu lucro de R\$ 2 bilhões⁴¹. Já o Google, no mesmo período, faturou U\$ 3,5 bilhões⁴², com uma queda de 27,7% devido à multa aplicada à empresa pela União Europeia, por manipular os mecanismos de busca a favorecer seu serviço de compras. Como levantou Jonathan Taplin, o peso do investimento de parte do lucro que

⁴¹Disponível em <http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/globo-fecha-2016-com-lucro-de-r-2-bilhoes-e-faturamento-de-r-16-bilhoes.ghtml> acesso em agosto de 2017.

⁴²Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/multa-recorde-da-uniao-europeia-derruba-lucro-da-dona-do-google.ghtml> acesso em 2017.

as tradicionais produtoras de conteúdo têm de fazer, é algo que não ocorre com o Google, que vive do conteúdo que os outros geram (TAPLIN, 2017, 6ª Edição Kobo).

Apesar de seu uso público e das vozes conflitantes que ganham espaço que não tinham nos meios tradicionais, a Web e seus espaços virtuais não pertencem a nós. Ou seja, o ciberespaço não é público. Quando publicamos algum material digitalizado, cuja autoria nos pertença ou não, estamos entregando-o para uso dos demais usuários, assim como fazemos uso de tudo o que sabemos que está compartilhado. Mas cada vez que procedemos assim, não lucramos, apenas aumentamos as informações presentes na internet, aumentando a eficácia dos donos dos espaços digitais onde publicamos as mesmas informações.

Voltando atenção ao nosso objeto, a música brasileira, o chamado GAFA (acrônimo de Google, Amazon, Facebook e Apple) ainda tem um imenso material proprietário para digitalizar, produzido durante os tempos e que está longe de ser esgotado: além das músicas, fotografias, gravuras, filmes, aplicativos, etc. Porém, acreditamos que, logo se esgotem, nossos dados continuarão armazenados. Desprotegidos por lei, as elucubrações distópicas de Aldous Huxley ganham ares de realidade.

Lilian Hanania e Anne-Thida Norodom, ao falarem sobre os efeitos desses monopólios na cultura, dos frutos da fragilização das regulamentações nacionais, sobre o risco de uniformização da cultura, os movimentos de realocação de empresas, o empobrecimento dos criadores, apontam que nos resta urgentemente

agir e regulamentar. Agir para apoderar-se das potencialidades oferecidas pelo digital para encorajar e dinamizar o movimento criativo e facilitar a difusão para o público. Regulamentar também, porque os princípios da diversidade cultural permanecem indispensáveis e indiscutíveis. As modalidades de políticas culturais obviamente têm que evoluir e levar em conta as consequências da digitalização, mas o direito dos Estados de defender os direitos autorais, desenvolver ferramentas de apoio à criação local e nacional, adotar medidas para financiar o serviço público cultural e as ações culturais, não são vestígios do passado. (HANANIA; NORODOM, 2005, p. 272).

Os homens mais ricos do planeta parecem não gostar de regras. E o respeito às regras é um fator fundamental nas democracias. Na luta entre democracia e liberdade de enriquecimento, já sabemos que há poucos vencedores. Dentre eles, os capitães da

armada do ciberespaço, a mais poderosa frota pirata que o capitalismo contemporâneo passou a dispor e controlar.

Empiricamente, percebemos que as eleições de 2018 no Brasil são exemplos dessa falta de controle do público (nossa) e do que digamos, o hackeamento da democracia por grupos endinheirados. Claro fica a necessidade de um debate amplo sobre regulamentação, ou seja, mais controle por parte da população, não de pequenos grupos. Por isso, nesta pesquisa, usaremos o termo.

1.7 – Novos Meios de Comunicação, mídias sociais, redes sociais

Em que pese a impropriedade do termo, a expressão “novos meios” ou “novas mídias” – afinal, todas um dia já foram novas – tem sido usada como sinônimo de redes sociais ou de mídias sociais e digitais, especialmente as que surgiram a partir dos anos 2000, e como contraponto às mídias massivas, também chamadas de tradicionais (mostrando a rapidez das mudanças) ou radiodifundidas e impressas.

Em seu livro *Teoria das Mídias Digitais* (2014), Mauro de Sá Martino inicia as definições sobre “redes sociais” (que com a internet ganharão o apêndice digitais, *online* ou conectadas) remetendo seu aspecto físico, muito mais antigo: redes “sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes” (2014, p. 55). O autor destaca que essa característica “ganhou força quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais” (2014, p. 55).

Já Raquel Recuero, em seu livro *Redes Sociais na Internet* (2009), traz os estudos sobre redes das Ciências Sociais e da Matemática que fornecem ferramentas que, segundo ela, são “únicas para o estudo dos aspectos sociais do ciberespaço” (2009, p. 21). Para a professora, estudar as redes sociais, a comunicação mediada por computador, “é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço” (2009, p. 22). Assim:

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo

computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. (RECUERO, 2009, p. 24).

Sob o ponto de vista de que as mídias alteram todo o relacionamento e pensamento humano, McLuhan já observava que uma nova mídia cria conteúdo a partir da mídia previamente existente, e que ela “nunca cessa de oprimir os velhos meios, até que encontre para eles novas configurações” (2005, p. 136). E, ainda, que qualquer novo meio, “por sua aceleração, provoca rupturas nas vidas e nos investimentos da comunidade inteira” (2005, p. 84). Na mesma linha, Paul Levinson, como já mencionamos aqui, fala de uma “*new new media*”, cuja essência está no fato dos consumidores produzirem conteúdo. Ao chamar a Internet 2.0 de “nova nova mídia”, Levinson enfatiza a possibilidade dos usuários inverterem a lógica anterior das mídias tradicionais, um para muitos, para outra, muitos para muitos (LEVINSON, 2013, p.3).

Questiona-se também o termo “mídias sociais”. Por exemplo, Kischinhevsky pergunta “o que faria uma mídia ser *social*?”, já que sob “uma perspectiva interacionista, todo meio de comunicação é, intrinsecamente, social” (2016, p. 34). Ao optar pelo termo, o professor justifica que o termo “mídias sociais”

possibilita a nomeação de um conjunto de serviços disponíveis na internet, competindo com os meios de comunicação ditos *tradicionais*. São serviços que se alimentam de conteúdos gerados por usuários, possibilitam a comunicação interpessoal e a multicomunicação, auxiliam a organização de redes sociais on-line e off-line, potencializam a circulação jornalística e de mensagens publicitárias, viabilizam produções colaborativas de conhecimento, dão visibilidade a produtos e serviços, operam como guias, repositórios, diretórios e proporcionam ferramentas de classificação e espaços para estabelecimento de narrativas e contranarrativas – tanto em funcionalidades, como comentários, quanto na construção de perfis de usuário, nos quais é possível construir uma persona on-line. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 39).

Como aqui precisamos optar por termos mais exatos, passaremos a utilizar o termo mídias sociais (e meios sociais como seu sinônimo) para nos referirmos à Internet e ao que atualmente considera-se uma nova forma de tecnologia de informação e de comunicação.

1.8 – Sobre Economia, Comunicação e Cultura

Desde o início do século XX os músicos experimentam a sensação de serem substituídos por uma máquina. Lembremos a substituição das orquestras e do *casting* de maestros, arranjadores, músicos e cantores pelo vinil e pela tecnologia de gravação, no rádio (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 53).

Mais recentemente, a Internet permitiu não apenas a gratuidade dos arquivos sonoros, mas também a possibilidade de pessoas com pouco conhecimento em música usarem aplicativos que emulam os padrões de gêneros e instrumentos previamente catalogados e suas possibilidades matemático-musicais, para criarem composições e arranjos automáticos⁴³ originais.

Hoje, o músico seria um simples acessório da Internet? Destinado a fornecer conteúdo gratuito a grandes empresas? Acreditamos que não. Sem a sua fonte criativa, sem um humano criador, os padrões numéricos não podem criar uma nova matriz comunicativa ou artística. Apenas replicar padrões preestabelecidos. Automatização do trabalho intelectual e criativo será um tema que exploraremos no decorrer desta pesquisa.

Evidente que há mudanças inevitáveis na produção material e também das criações artístico-culturais, cujos bens gerados são simbólicos. Alguns músicos profissionais, entre eles Heitor Castro⁴⁴, denunciam que o hábito antigo de aprender um instrumento com outros amigos para formar uma banda, vem decrescendo. Hoje é possível, com o uso de aplicativos, simular todos os instrumentos, dentro de um compasso e ritmo previamente programados, gravar a voz e fazer uma música sozinho (ecos da automatização do trabalho intelectual e criativo, que diminui postos de trabalho ou atividades geradoras de renda). Na mesma entrevista, podemos ouvir o músico falando do que ele chama escassez de atenção do público, devido à grande oferta de artistas e sons, que leva a um acirramento da concorrência entre músicos, cada um apelando para o máximo de truques possíveis: música que fala diretamente sobre o que o público quer ouvir, aparência, atitude, etc. - um padrão criativo que Bosi classifica como “receitas de êxito rápido” (1992, p. 320). Quando pensamos no universo dos meios sociais, há aplicativos que o músico usa e que controlam a execução de suas criações⁴⁵. Deve haver outras inúmeras mudanças técnico-profissionais, mas nosso intuito não é listar nem advogar contra as tecnologias, apenas entender o estado atual da música independente em Bauru e possibilitar discussões e novas ações individuais e coletivas dos profissionais desse universo artístico.

⁴³Neste link <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI1678718-EI15607,00-Veja+cinco+programas+para+criar+musica+com+o+PC.html> podemos constatar como é simples encontrar esses aplicativos. Acesso: 29 de junho de 2018.

⁴⁴ Citamos o músico e dono de escola de música Heitor Castro que ao falar de “entretenimento sonoro” (5min44s), ao invés de música, relata essa situação. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=XiJE_Me7sFY Acesso: 20 de maio de 2018.

⁴⁵ Além do famoso sistema Crowley, há aplicativos como o Playax, que avisam instantaneamente quando o autor ou intérprete é tocado.

Nesse cenário digital complexo e difuso, a música perde seu valor econômico (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014, p.213), apesar de estar cada vez mais presente⁴⁶. Diminui-se também a compreensão do público, sobre a complexidade do fazer musical artístico, especialmente por grupos de artistas chamados de “comerciais”, musicistas treinados a dominar algumas formas (ou fórmulas) de produção sonora ritmada, de tema fácil e uso hiperbólico. Observamos que alguns músicos que não se encaixam neste tipo de trabalho mais comercial, mais repetitivo, de um gênero só etc. Só o fazem para garantir sua liberdade artística, apesar do baixo reconhecimento monetário. Marx e Engels poderiam dizer que o trabalho “se torna mais repugnante” (2010, p.35).

Dentro de um cancionário tão vasto como o nosso, um músico mais traquejado em traduzir em linguagem cantada os sentimentos populares, ao ver-se diante da desvalorização de sua habilidade criativa, do desmerecimento de um saber que demorou anos para se consolidar, acaba por buscar modos mais pragmáticos de produzir som: às vezes, ao substituir uma banda inteira por aplicativos e dispositivos e ao criar com uso de *samplers*, acaba tentando baratear o processo criativo e, por consequência, limita o potencial de sua criação artesanal.

Para os autores do Manifesto do Partido Comunista, com o passar do tempo os trabalhadores aprendem a se organizar (2010, p. 37) de maneira mais eficaz para poderem vender a sua força de trabalho, ou para encontrar recursos e meios para produzir a sua subsistência. Talvez, esta seja uma discussão interessante que possa surgir das entrevistas que faremos com os músicos, já que várias iniciativas de produção coletiva na cidade vêm acontecendo. Em Bauru, essa busca por brechas existentes no sistema tem unido artistas de diferentes tipos de arte. Porém, ainda não conseguiram acesso aos meios de comunicação, às produtoras, nem um meio de organização efetiva, com financiamento, promoção e exibição dos seus conteúdos criativos. Poucos entenderam as formas de autodivulgação pelas mídias sociais.

Como diria Milton Nascimento⁴⁷: “todo artista tem de ir aonde o povo está”. Ou como arremata Marx, na Crítica ao Programa de Gotha: O trabalho só é fonte de riqueza e da cultura “se for um trabalho social”, “se realizado na sociedade e por ela” (2010, p. 97). Ou seja, a identificação de um público disposto a financiar o projeto é muito

⁴⁶Relatório da WIN disponível em <http://winformusic.org/files/WINTEL%202018/WINTEL%202018.pdf> acesso em 25 de maio de 2019.

⁴⁷ Nos Bailes da Vida, composição de Milton Nascimento e Fernando Brant, do álbum Caçador de Mim, de 1982.

importante. Acreditamos que os grupos de músicos de Bauru que têm muitos fãs, parceiros e seguidores, têm potencial para implementar sua atividade não apenas no espaço da cidade, mas fora dele e pela internet.

Não basta a esse músico independente ou autônomo criar a sua música e continuar sendo o principal veículo de execução de sua criação ou mediador do seu produto (com shows, entrevistas, etc.) - especialmente nos espaços públicos, como bem observam os professores Herschmann e Fernandes (2014). É importante perceber que, diferentemente do que ocorre com o músico de mercado, que é ajudado por um sistema eficiente de marketing massivo, por sistemas abrangentes de comunicação, por intermediários midiáticos poderosos, enfim, por um sistema comercial oneroso e capaz de produzir uma infinidade de reproduções (que geram e dividem custos e lucros), o músico independente precisa se articular com outros artistas e, em conjunto, com os meios de comunicação viabilizar seu trabalho.

Imaginemos que ambos artistas, o comercial que tem uma grande equipe de promoção e o independente agindo sozinho, consigam disponibilizar uma música na internet. Ambas obras estão descoladas de seus tempos de trabalho (MARX, 2008b, p. 121), afinal já foram gravadas e foram disponibilizadas pelas redes, teoricamente, acessíveis a qualquer pessoa, podendo até ser copiadas. Mas uma gera, diuturnamente, polpudos dividendos, graças a uma rede de apoio comercial muito cara. A outra não gera nada para seu criador, que não conta com profissionais ou empresas especializadas para fazer com que sua obra chame a atenção do público em meio a tantas músicas.

É como se os dois fonogramas fossem *commodities*, matérias-primas brutas e baratas. Mas a obra do artista mercadológico é incrementada, beneficiada, industrializada, por assim dizer, por outros processos: pesado investimento em marketing, a fórmula que agrada à maioria do público, programada para chamar mais atenção, segundo critérios que são próximos da réplica digital: mais do mesmo, um padrão de composição reconhecível e replicável já testado de fazer a mercadoria-música mais rentável possível.

Fica claro que trabalhar com um produto sobejamente conhecido, ou de alguém famoso, cujo padrão já é amplamente reconhecido, é bem mais fácil. Isso explicaria, por exemplo, a falta de efetividade (e, por que não? de audiência) de algumas emissoras que trabalham com músicas criadas mais livremente e fora do padrão e do grande circuito comercial. Essas emissoras, normalmente educativas, agem sozinhas, enquanto as comerciais agem em conjunto (com outras emissoras comerciais, gravadoras, produtores de eventos, etc.), seguindo a estratégia de exibição intensiva para assegurar a massificação

de um lançamento. Evidências de que o método de apresentação de músicas independentes no rádio não pode ser o mesmo utilizado por uma emissora comercial; o que não significa abrir mão de estratégias de divulgação consolidadas pelo meio radiofônico.

Essa comoditização não está limitada aos conteúdos que, diga-se, não são produzidos pelos meios digitais, mas pelos seus usuários. Taplin (2017) fala detidamente sobre o oligopólio digital mundial liderado por Google, Facebook e Amazon⁴⁸. Sweezy e Baran dizem que monopólios, mais que a concorrência predatória, são os eventos econômicos que predominam no capitalismo *online* atual. Dallas Smythe também trabalha em seu texto “*Communications Blindspot in Western Marxism*” (1977), a ideia do valor do conteúdo produzido pela mídia massiva e pontua a lógica que reina desde a prevalência das chamadas mídias tradicionais: a audiência é a *commodity* de cada um dos meios de Comunicação. Nós e nossos “dados” éramos, e seguimos cotidianamente sendo vendidos aos anunciantes, pelos meios de comunicação. Fica evidente que a Internet não mudou a situação de tratar o seu público como matéria-prima vendável, apenas radicalizou a exposição e a comercialização de todos os tipos de dados que possam ser extraídos dos usuários.

No atual contexto de “crise” dos meios de comunicação brasileiros, especialmente no rádio, que é nosso principal meio de atuação, aumentam as satelitizações e as operações em rede, nas quais as grandes emissoras compram ou arrendam as menores para transmitirem apenas o conteúdo da matriz, com pouca ou nenhuma produção de conteúdos locais. A lógica da criação de redes é adotada para reduzir os custos operacionais com enxugamento radical nas afiliadas locais e regionais, dos custos com equipes profissionais e outras demandas funcionais e administrativas.

A organização de redes de rádios permite que os concessionários das grandes emissoras metropolitanas contratem a peso de ouro alguns profissionais muito conhecidos, às vezes, apenas celebridades sem formação na área (os chamados figurões, que reverberam a opinião do dono), como apresentadores e animadores, repórteres e comentaristas. É uma estratégia conhecida que serve para atrair e ampliar os ouvintes das programações jornalísticas, do esporte e de outras atrações de entretenimento. As

⁴⁸Alguns adicionariam a Apple, formando o acrônimo GAFA, como podemos ver no link <http://www.consumidormoderno.com.br/2017/03/13/versao-4-fantasticos-google-amazon-facebook-apple/> acesso em 2 de setembro de 2018. Outros também incluíam a Microsoft, formando GAFAM, conforme vemos em <https://pt.wikipedia.org/wiki/GAFAM> acesso em 2 de setembro de 2018.

emissoras cabeças de rede passam a transmitir o mesmo conteúdo metropolitano para as afiliadas em todo o país. Assim, as populações interioranas passam a escutar majoritariamente os acontecimentos das capitais brasileiras e de outras grandes cidades, os fatos políticos de Brasília, os eventos do exterior, e deixam de ouvir (e conhecer) devidamente os acontecimentos de suas cidades e regiões. Ou seja, os meios satelitizados, em rede, deixam de se preocupar com demandas comunicativas daquelas populações distantes dos grandes centros. Essa maior oferta de informações da cidade-sede da matriz é algo que vem ocorrendo fortemente em Bauru.

E as vantagens à matriz vão muito além da mera redução de custos. As redes radiofônicas conseguem aumentar a sua influência nacional, regional e local, nos planos ideológico, cultural e, sobretudo, econômico, porque adquirem uma abrangência territorial e demográfica que favorece a atração dos grandes anunciantes nacionais, enquanto também dominam os mercados varejistas locais e regionais⁴⁹.

Um dos segmentos sociais que é duramente afetado pela concentração e verticalização da programação radiofônica é o dos músicos independentes. Os músicos de Bauru são pessoas que lutam pela sobrevivência produzindo música de diversos estilos, um insumo cultural local que abastece os ambientes e circuitos de lazer, entretenimento e gastronomia de uma cidade média, com pouco mais de 300 mil habitantes. Portanto, os artistas têm o seu trabalho cultural muito favorecido quando há emissoras locais com disponibilidade editorial para oferecer espaço informativo gratuito e, também, os profissionais qualificados para registrar e divulgar semanalmente na sua grade de programação, uma agenda das atrações musicais ao vivo.

Entretanto, além de competência artística e habilidade para escolher um gênero musical mais popular, um músico precisa de divulgação regular e abrangente para conseguir se aproximar do gosto médio do público e também para chamar atenção de grandes produtores e de meios de comunicação especializados em difusão e promoção de espetáculos musicais. Afinal, pela lógica restritiva do mercado capitalista, só uma minoria da vasta mão-de-obra artística, eventualmente, poderá transformar-se em estrelas do

⁴⁹ Escrevemos, em conjunto com nosso orientador, um artigo, ainda no prelo, sobre a precarização dos trabalhadores de rádio e televisão. Houve drástica diminuição das funções reconhecidas por lei (mais de 90), para quase 30. Funções que não deixaram de existir, apenas deixaram ser pagas. Funções semelhantes de outros setores que não estão na mira dos políticos que têm emissoras e fazem leis para diminuir seus próprios custos.

enorme circuito musical nacional. São poucos que terão chance de personificar um produto que receberá grande investimento em marketing e em aparições nos espaços nobres dos meios de comunicação, em shows e eventos fartamente patrocinados, para tornarem-se conteúdos, digamos, comoditizáveis, com suas músicas digitalizadas em cópias (binariamente) perfeitas, que são vendidas de forma coordenada e generalizada, por preços muito acessíveis.

Mas o discurso em voga é que, com a Internet, todos teriam as mesmas chances de sucesso. Basta esforço. É um tipo de promessa que poderia ser desmistificada, e não o é, a partir de matérias jornalísticas bem-feitas e bem divulgadas⁵⁰. Alguns artistas ainda consideram a fama como uma realidade possível, apesar de serem cada vez mais raras as chances de divulgação local e regional, especialmente em tempos de satelitização crescente das emissoras interioranas e de predomínio de programação em redes estaduais e nacionais, com pautas e produtores focados apenas em cobertura restrita aos assuntos metropolitanos.

Segundo Herschmann, autores vinculados aos Estudos Culturais “argumentam que a cultura econômica ajudaria a pensar a importância da linguagem e da representação, não só para o universo da economia, mas também para o consumo e a construção de identidades” (HERSCHMANN, 2010, p.9). O autor apresenta o conceito de “territorialidades sônico-musicais”, para tratar da música e de músicos que ocupam espaços públicos (na urbe “como espaço comunicacional”). Ele afirma que essas territorialidades “geram uma série de benefícios locais diretos e indiretos para o território”, “permitindo até o incremento das atividades socioeconômicas locais” (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014, p.13). Sabemos que essas ações não acontecem somente no espaço comunicacional da cidade. Vários músicos⁵¹ fazem apresentações ao vivo, direto de um estúdio ou de outros espaços privados utilizando mídias como o Facebook, além de chamarem atenção do público para *download* gratuito de faixas, de promoverem a venda de discos autografados e de realizarem diversas tentativas de angariar fãs e apoio financeiro para as suas carreiras, como *crowdfunding* (2014, p.98).

⁵⁰Um exemplo pode ser lido na página <http://musica.culturamix.com/artistas/cantores-que-ficaram-famosos-pela-internet> acesso em 17 de set. 2018.

⁵¹Além de diversos músicos independentes, há vários artistas de carreira consolidada, mas igualmente à margem da mídia corporativa, usando a mesma fórmula. Veja o caso de Rosa Passos no Facebook, Leoni no YouTube, entre outros.

Há diversos exemplos de profissionais da música que inventaram novas maneiras de burlar a falta de interesse dos meios massivos de comunicação para aquilo que Micael Herschmann e Cíntia Fernandes chamam de “narrativas de dissenso” (2014, p.246). Temos indícios de que os meios digitais de produção e de difusão musical não somente possibilitaram mudanças no antigo negócio das gravadoras, mas também propiciaram novas possibilidades aos profissionais que vivem de música.

Herschmann e Fernandes percebem, “com grande perplexidade”, que algumas das mudanças mais significativas da cadeia produtiva da Indústria Fonográfica foram:

[...] resistência dos consumidores em pagar pelos fonogramas; a redução do *casting* de artistas e do quadro de funcionários das grandes empresas; a crise da noção de álbum que vai deixando de ser o objetivo central dessa indústria ou a mercadoria mais valorizada dessa dinâmica de produção e consumo; o desaparecimento de antigas funções no setor e, ao mesmo tempo, o surgimento de novas profissões que empregam especialmente as novas tecnologias. (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014, p.213).

Os autores lembram que os economistas Joseph Pine e James Gilmore, no livro *O Espetáculo dos Negócios*, constataram que vários profissionais dos sistemas que eles chamam “pós-serviços”, agora investem no mercado das “experiências”, criando valor aos seus produtos e novos serviços, investindo em inovação e trabalhando estrategicamente as suas marcas, para driblar a crescente concorrência. Sabemos que o músico independente pode criar momentos de aproximação e alimentar vínculos especiais com seus fãs, conectando-se a eles, mostrando-lhes acordes de uma música pelo YouTube, exibindo o registro de um ensaio ao vivo em uma rede social, avisando-os sobre uma apresentação em um determinado local, pedindo contribuição para financiar uma gravação em troca de colocar o nome dos fãs nos agradecimentos do novo EP⁵², etc.

Em 2015, o SEBRAE, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, lançou a cartilha *Música Tocando Negócios* – um guia para ajudar você a empreender na música. Nele encontramos diversas informações que possibilitam ao músico compreender o “ecossistema brasileiro do negócio de música” (2015, p.9), a ideia de nichos de mercado e de funções, relacionando esse ecossistema a três grandes áreas: *show business* (música ao vivo), indústria fonográfica (música gravada) e direito autoral

⁵²É o formato de suporte cujas iniciais significam *Extended Play*. Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Extended_play acesso em junho de 2017.

(mercado da obra musical). E estes interrelacionados aos seus clientes, concorrentes, fornecedores, colaboradores e o “macroambiente do mercado”, ou seja, a tecnologia, economia, política e sociedade (2015, p. 8).

No mencionado manual do SEBRAE ainda consta que a atividade musical está distribuída em 14 atividades econômicas (2014, p.11) e que, até 2015, havia mais de 91 mil pequenos negócios registrados no país (2014, p.12), 54% na região sudeste e 31% deles somente no Estado de São Paulo, o campeão de registros (2014, p.20). Evidentemente, esses números não dizem que em São Paulo há mais produção, apenas que há mais formalizações de negócios.

Segundo pesquisa de janeiro de 2016 da entidade Pró-Música⁵³, antiga ABPD, o mercado fonográfico brasileiro cresceu 10%. Esse número tem relação direta com o crescimento do mercado digital, que respondeu por 32,5%. Só a venda direta de música pela internet correspondeu a 70% das vendas nacionais. Os serviços pagos de *streaming* cresceram 121% em relação a 2015. Ou seja, a pesquisa indica que a preocupação do SEBRAE com a formalização é legítima. Os dados positivos comprovam que a diversificada cultura nacional pode ser um importante fator de desenvolvimento econômico e social para os brasileiros.

Herschmann afirma que, para além da evidente “contaminação” entre os campos da economia e o da cultura, “hoje, cada vez mais se considera também o setor cultural em si, como um segmento de atividades extremamente relevantes para as economias locais, nacionais e internacionais” (2010, p.12).

Historicamente, a produção independente de Bauru mantém um padrão de comportamento profissional recorrente: a insistência em se manter na atividade. Veremos no próximo capítulo que diversos artistas brasileiros reagiram às regras do mercado de suas épocas e que, apesar das mudanças tecnológicas e culturais nos processos de produção, de difusão e consumo musical, determinava e ainda determina, quais serão os artistas que receberão atenção, algum investimento dos esquemas de divulgação e contratação de apresentações e shows ao vivo, e até quais obras serão publicadas (um

⁵³<http://www.abpd.org.br/2016/10/24/resumo-do-mercado-fonografico-no-1o-semester-de-2016-e-mudanca-de-nome-da-abpd-para-pro-musica/> acesso em março de 2017.

resquício da época da venda de partituras⁵⁴ para se tocar em casa – quando não havia fonógrafos ou rádios - que evoluiu para a venda de arquivos digitais sonoros por páginas especializadas).

De fato, como diz Sérgio Silveira, de todas “as artes, em particular, a música, adquiriu uma relação intrínseca com a evolução técnico-social dos meios de comunicação” (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009, p.28). Ou seja, os músicos que sobrevivem de forma independente, não se declaram independentes como uma mera reação econômica à crise da indústria do disco. Mas, temos consciência das facilidades e possibilidades surgidas com as novas tecnologias, tanto o barateamento de dispositivos de gravação e execução, quanto o aumento das facilidades para a difusão e a popularização de conhecimento musical.

A partir da Internet e do desenvolvimento das tecnologias de *streaming* surgiram condições mais concretas que passaram a permitir que um artista autônomo pudesse produzir e divulgar *online* as suas criações, criando assim um público também independente daquilo que é feito e divulgado pelo circuito artístico comercial. Tais possibilidades permitiram que muitos artistas locais e regionais quase anônimos na cena musical nacional pudessem viver de sua música, em apresentações feitas quase sempre ao vivo, embora exibam inserções na rede, como forma de divulgação das obras e do nome de músicos e cantores.

Historicamente também, não é de hoje que a indústria capitalista do entretenimento tenta prescindir dos “criativos individuais” e se apoderar de produtos criativos. Lembramos o caso do inventor Thomas Edison e a criação da MPPC, a *Motion Picture Patents*, um truste para o controle do cinema, que resultou na fuga de cineastas independentes de Nova Iorque para fundar Hollywood na Califórnia (MASCARELLO, 2008, p. 41).

Sabemos que a expansão do ciberespaço possibilitou a desregulamentação ou o descumprimento coletivo de diversas leis, modificou radicalmente atividades produtivas e extinguiu funções profissionais, enquanto permitiu a criação de um grande mercado varejista virtual e globalizado, para distribuir gratuitamente, trocar e vender bens

⁵⁴Conforme podemos constatar no documentário sobre Ernesto Nazareth, de 2012, em https://www.youtube.com/watch?v=git4Ua_QoTw acesso em março de 2017.

intangíveis. E, claro, permitiu e impulsionou trocas gratuitas de uma infinidade de produtos imateriais.

Atualmente, a difusão de conteúdos pirateados (ou copiados sem a devida autorização de seus criadores ou detentores dos direitos de comercialização) é uma atividade coletiva praticada rotineiramente em quase todos os segmentos sociais e culturais. Persiste a replicação contínua de formatos e de linguagens culturais que são derivadas tanto de fontes livres de direito autorais, quanto da difusão de cópias não autorizadas pelos proprietários de conteúdos registrados.

Felipe Trotta recorda que a submissão da música ao mercado intensificou-se no início do século XX, com a popularização das emissões radiofônicas:

A circulação em larga escala de sons musicais promoveu um intercâmbio antes inimaginável entre música, músicos e “públicos” de locais afastados. Como consequência, práticas musicais até então circunscritas passaram a dialogar e receber influências imediatas de repertórios radicalmente diferentes. Uma outra consequência não menos importante deste processo foi a definitiva consolidação da música enquanto produto, representada materialmente no suporte “disco”, agora facilmente comercializado ao lado de outras mercadorias igualmente palpáveis (TROTTA, 2005, p.183).

Trotta ainda afirma que o disco determinou aos poucos o que, acima, chamados de fórmula: a “forma de criação musical adequada” à comercialização: “uma melodia cantada, de preferência com um refrão, tonal, acompanhada por instrumentos ‘ao fundo’ e de duração média de 2 a 3 minutos”. E conclui dizendo que a “noção de música popular” é “concomitante e resultante da industrialização do fazer musical e de sua circulação massiva pela sociedade” (2005, p. 183).

Percebe-se, como expusemos acima, que o disco como produto não é mais o suporte ideal nestes tempos de predomínio de suportes, redes e dispositivos digitais. Como vemos atualmente, o formato de disco de vinil voltou a ser produzido e comercializado, mas como um nicho refinado para alimentar um mercado⁵⁵ apelidado de retrô, que foi impulsionado para abastecer quem pode pagar mais para consumir produtos diferenciados. Também é preciso perceber que as práticas musicais circunscritas, ou seja, as atividades destinadas ao mercado de experiências, voltam a ganhar muito mais força

⁵⁵<http://g1.globo.com/musica/noticia/sony-volta-a-fabricar-discos-de-vinil-apos-quase-30-anos.ghtml> acesso em agosto de 2017.

com a popularização da Internet, cuja abrangência de seus canais de difusão e de comércio eletrônico não se limitam mais aos territórios e aos universos culturais nacionais, e permite alimentar pelo efeito da “Cauda Longa”, muitos nichos globais de divulgação e consumo de bens culturais imateriais que competem com os *hits* (2006).

Felipe Trotta realça que “as diversas formas de experiência musical são atos de consumo”, não importa o local e o dispositivo onde a audição ocorrer, o que nos permite afirmar que “ouvir música significa desencadear esses processos socioculturais e simbólicos”. Ao participarmos dessas experiências musicais “entramos em contato com essas representações e as compartilhamos com outras pessoas, construindo afinidades e identidades” (TROTТА, 2005, p.184).

Se há mais produção, mais liberdade, há mais concorrência; se há a desvalorização do fonograma, do conceito de álbum, também há “crescente interesse e valorização da música ao vivo” (HERSCHMANN, 2010, p. 37). Se os gigantes do mercado fonográfico perdem território frente aos gigantes da internet, os mercados de nicho ganham espaço e favorecem os que estão à margem do mercado de disco. Herschmann percebe os sinais de êxito das experiências sonoras presenciais, “novos circuitos de produção-distribuição e consumo culturais”, e reconhece que há poucos estudos sobre isso (2010, p.54).

Em outra publicação de Herschmann e Marcelo Kischinhevsky, é destacado um aspecto atual que é fácil de constatar: a música “nunca” esteve tão acessível, mas também jamais foi tão difícil estabelecer o seu valor de troca, num mercado de bens simbólicos, que hoje é caracterizado pela superoferta de bens e serviços culturais” (JANOTTI JR. et al; 2011, p.24). Os autores afirmam que, mesmo em face de tantas facilidades, as preocupações permanecem principalmente naquilo que se refere “à capacidade dos músicos se estabelecerem no concorrido mercado de bens simbólicos, em que o fonograma vale cada vez menos e novos intermediários [...] ganham crescente poder de barganha”. Para os autores, a “criação artística e a diversidade cultural encontram-se diante de uma série de desafios”.

Há ainda, o risco de restabelecimento da concentração empresarial que havia no mercado mundial analógico, até as últimas décadas do século XX. Jonathan Taplin considera, em seu livro *Move Fast and Break Things* (2017), que o “vasto monopólio digital” do Google, Amazon e Facebook é uma ameaça muito maior que as produzidas pelas antigas “majors” da fonografia e todas as indústrias culturais que durante o século

passado derivaram da economia simbólica e das tecnologias da imprensa, da publicidade, do cinema e da radiodifusão.

Ao trabalharmos com os músicos independentes, focamos em uma prática secular, cuja configuração criativa e laboral é bem anterior aos efeitos da digitalização dos meios e mensagens, porque historicamente se apropria das tecnologias. E que se disseminou de diversas formas, mesmo que mais lentamente, antes da satelitização do rádio local.

Assim, consideramos os músicos independentes produtores de cultura regionalizada, ao mesmo tempo que são reflexos vivos do que é a música brasileira e partes de um setor econômico importante local e globalmente.

Como nos lembra o Professor De Marchi, cultura não é mero “conjunto de símbolos e sinais que serve para representar coisas, mas também um meio para a atividade prática” (2016, p. 31).

Clarice Lispector: - A sociedade industrial organiza e despersonaliza demais a vida. Você não acha, Tom, que está reservado aos artistas o papel de preservar a alegria do mundo? Ou a consciência do mundo?

Tom Jobim: - Sou contra a arte de consumo. Claro, Clarice, que eu amo o consumo... Mas do momento que a estandardização de tudo tira a alegria de viver, sou contra a industrialização. Sou a favor do maquinismo que facilita a vida humana, jamais a máquina que domina a espécie humana. Claro, os artistas devem preservar a alegria do mundo. Embora a arte ande tão alienada e só dê tristeza ao mundo. Mas não é culpa da arte porque ela tem o papel de refletir o mundo. Ela reflete e é honesta. Viva Oscar Niemeyer e viva Villa-Lobos! Viva Clarice Lispector! Viva Antônio Carlos Jobim! A nossa, Clarice, é uma arte que denuncia. Tenho sinfonias e músicas de câmara que não vêm à tona.

Clarice Lispector e Tom Jobim. Entrevista originalmente publicada na Revista Manchete em 21 de setembro de 1968⁵⁶.

⁵⁶ Disponível em <http://www.elfikurten.com.br/2013/03/antonio-carlos-jobim-tom-jobim.html> acesso em 13 de outubro de 2018.

CAPÍTULO 2

2 – Introdução

Música é expressão individual, e também grupal, de alegria e de tristeza, é uma energia criativa muito sensível, que é traduzida em muitas formas de manifestação sonoras e poéticas, que são emocionalmente muito potentes e capazes de produzir sentimentos e impulsos que se apoderam imediatamente de indivíduos, ou de multidões. Música na contemporaneidade, tornou-se um produto artístico de consumo e de entretenimento, que sustenta toda a máquina publicitária dos meios comerciais de comunicação. Entretanto, as criações musicais também podem ter conteúdo crítico e extremamente questionador, tantos nos aspectos sociais, morais e comportamentais, quanto nos sentidos e efeitos políticos imediatos, ou nos aspectos culturais, que são mais subjetivos, coletivos e duradouros.

A Música, é enfim, uma manifestação criativa e refinada muito produtiva, quando comparada com as manifestações contemporâneas das diversas formas de arte popular e coletiva. As vertentes musicais apresentam elaborações estéticas plurais, que quase sempre são bem recebidas pelos diversos tipos públicos da atualidade, embora a sua fruição também exija condições econômicas para as pessoas assistirem apresentações ao vivo de seus artistas prediletos; ou de disponibilidade de tempo livre e de dispositivos para sintonizar ou reproduzir uma seleção musical. Nos dias de hoje, os repertórios musicais passaram a resistir melhor ao desaparecimento das gerações que produziram determinados estilos registrados em suportes técnicos. Também a memória coletiva utiliza a cultura oral para preservar os repertórios musicais, que constituem um imenso repositório sociocultural permanente, que capta e repassa constantemente as novas e antigas manifestações de grupos sociais, ou de sociedades inteiras.

As memórias musicais coletivas constituem repertórios duradouros, que traduzem as muitas percepções humanas de uma determinada população ou de um grupo cultural, à época em que é feita e difundida; ou mesmo como manifestação premonitória expressada por alguns artistas geniais, que apresentam um tipo de criação musical por demais vanguardista, sem parâmetros para ser compreendida durante o seu momento presente, mas que é reconhecida como uma antecipação temporal e social e destacada pelo

seu valor criativo e estético. Enfim, a música é uma manifestação humana muito refinada e sublime.

É com tal visão conceitual e percepção pessoal, que gostaríamos de abordar a criação e produção musical nesta pesquisa, embora tenhamos consciência da complexidade e dos desafios tamanhos, que estão contidos em tal ambição investigativa.

Neste capítulo buscamos, com alguma brevidade, posicionar historicamente o objeto da tese. Partiremos de considerações sobre os cenários da música⁵⁷ e da indústria fonográfica no eixo Rio – São Paulo (de importância não somente para o Brasil, mas para o mundo⁵⁸) até chegarmos a Bauru, cidade média do interior do Estado de São Paulo, que é o cenário do objeto da pesquisa. As comparações que veremos servirão para demonstrar a originalidade criativa de nossa música Brasileira (muito aberta a misturas), bem como nosso atraso tecnológico nacional e a reação dos músicos que foram alijados dos processos de publicação de partituras e depois de obras musicais em disco (mais por motivos econômicos do que por não se adaptarem ao modelo comercial imposto no seu período de atividade). E isso, apesar de o Brasil ser um país muito musical, e que desde o período do império propôs várias leis para o ensino musical nas escolas (MARTINS; MARTINS, 2017, p. 42).

A música é uma prática cultural sofisticada e sempre apreciada pelas populações, mas também foi transformada pelas tecnologias e pelas culturas midiáticas modernas em uma fonte econômica inesgotável; em primeiro lugar, para a precoce indústria fonográfica e para os meios comerciais de comunicação, que descobriram ainda no início do século XX, que a paixão musical coletiva era um poderoso insumo para atrair audiência e renda para os donos dos veículos de comunicação. Na prática, a produção musical fonográfica ou as apresentações ao vivo em recintos, assim como as projeções de cinema, foram as primeiras formas de entretenimento massivo apresentadas pelas nascentes indústrias

⁵⁷ As décadas em que posicionaremos cada movimento musical é uma generalização devido a sua força, porque muitos movimentos têm suas primeiras gravações ou artistas surgidos dez ou vinte anos antes (caso do rock Brasil, por exemplo, cuja primeira gravação é de Nora Ney, cantora do samba-canção, na década de 1950).

⁵⁸ Quando falamos de Mundo, nos referimos à música feita por Cuba, Caribe e Estados Unidos que juntos com o Brasil são os pilares da música popular ocidental (segundo Dizzy Gillespie em <https://larryappelbaum.wordpress.com/2013/03/06/interview-with-dizzy-gillespie/> acesso em 15 de novembro de 2018, e Tom Jobim em <https://veja.abril.com.br/blog/reveja/tom-jobim-brasil-ama-garrincha-mas-precisa-aprender-a-amar-pele/> acesso em 15 de novembro de 2018)

culturais.

Mattelart afirma que

é no domínio da indústria cinematográfica que se prepara o primeiro processo importante de internacionalização da cultura de massa nascente. As primeiras projeções cinematográficas realizaram-se em Paris e Berlim, em 1895; no ano seguinte, em Londres, Bruxelas e Nova Iorque. Os irmãos Lumière disputam a Edison a primazia da invenção dessa técnica.

Após o período de exploração ambulante ou pelas feiras, o cinema se sedentariza, nos Estados Unidos a partir de 1902-1903; três ou quatro anos mais tarde na França e Alemanha. Na véspera da Primeira Guerra Mundial, os produtores franceses- e na frente Pathé Frères, fundada em 1907, seguida por Gaumont- vão dominar nitidamente o mercado europeu. (...) Os estúdios de Hollywood são criados por particulares, entre 1909 e 1913. (1994, p. 29).

As constantes mudanças tecnológicas e produtivas têm afetado e mudado profundamente as relações laborais e culturais das sociedades contemporâneas, desde os primeiros instantes de desenvolvimento dos primeiros maquinismos, que inauguraram ainda no século XVIII, as primeiras revoluções industriais. O industrialismo tem evoluído muito, ao incorporar constantemente novos conhecimentos e tecnologias em seu trajeto histórico-temporal; a sua imensa capacidade produtiva, que hoje abrange praticamente todas as necessidades das sociedades contemporâneas, continua sendo as principais fontes de energia socioeconômica, que foram derivadas diretamente da modernidade urbana-industrial.

Na atualidade, o rápido predomínio da informática, com seus recursos de produção criativa e com uma sucessão de dispositivos e canais de difusão sonora, representou um dos capítulos mais marcantes e importantes para as indústrias culturais modernas, especialmente para o universo musical, tanto para as suas formas cotidianas e populares de criação e consumo musical, quanto para os grandes arranjos artísticos da economia da cultura, que são derivados das tecnologias pioneiras, que ainda começaram a ser produzidas nas últimas duas décadas do século XIX.

A música contemporânea é um patrimônio cultural refinado, abundante e essencial, tanto como mercadoria industrial com produção e difusão coordenada pelos grandes oligopólios midiáticos nacionais e internacionais, tanto como manifestação viva e peregrina da cultura musical; é uma das manifestações da criatividade social mais contínua e duradoura, que sempre é desenvolvida e retroalimentada dentro dos espaços coletivos, porque também se sustenta com a constante reinterpretação, ou com renovação artística

produzida pelos novos criadores das sucessivas gerações que vão reinterpretando os repertórios comuns, ao mesmo tempo que também inovam e ampliam os seus acervos criativos. Apesar de existir na atualidade um imenso mercado artístico coordenado por vários sistemas de produção, difusão e comercialização musical, para aqueles artistas iniciantes ou anônimos, viver de música ainda constitui uma atividade insalubre para quem procura sobreviver de suas criações ou de suas apresentações musicais.

A Música Popular Brasileira, em seu sentido lato, é um exemplo da vitalidade criativa e da capacidade de expansão dos repertórios musicais coletivos. Um dos primeiros marcos formais do início da MPB, a gravação da música Pelo telefone, realizada em 1916, é considerada como uma das primeiras manifestações do samba como gênero musical tipicamente brasileiro. O samba pioneiro, composto por Ernesto dos Santos, o Donga (1890-1974), e Mauro de Almeida (1882-1956), estava distante de expressar uma complexidade musical e as tantas variedades de vertentes do samba, que poderão ser apontadas no atual momento. Da mesma forma, se fosse feito um estudo da música popular brasileira em 1916, não haveria naquele momento, uma mínima parcela dos gêneros musicais que passaram a integrar ao longo do século passado o imenso e diversificado acervo da MPB, uma diversidade que pode ser facilmente inventariada e classificada, neste início do atual século.

Veremos na pesquisa de campo da tese, como o músico independente tentou acompanhar as diversas formas de inovação para implementar sua atividade e sobreviver de sua arte.

2.1 – Um cenário mutante: breve história da música e sua indústria no eixo Rio-São Paulo

A criação artística flui entre os seres humanos, desde que eles adquiriram consciência e cultura, como atestam os registros de civilizações antigas (como a ação para Fausto, de Goethe⁵⁹). E a música, a rigor, nasceu e se desenvolveu com a humanização

⁵⁹No princípio era o Verbo. (...) Mas o verbo é coisa inacessível. (...) Ponho isto: No princípio era o Senso... Cautela nessa primeira linha; às vezes se atropela a verdade e a razão co'a rapidez da pena; pois o Senso faz tudo e tudo cria e ordena?... É melhor No princípio era a Potência... Nada! (...) Agora é

das espécies que deram origem aos homens modernos. Uma grande parcela evolutiva das culturas e das técnicas musicais ocorreu entre as civilizações orientais e africanas (sumérios, chineses, árabes, hindus e entre os muitos povos e culturas do continente africano). Seus traços, veremos, estão presentes indelevelmente na música contemporânea (MONTANARI, 2001, p. 19) das Américas.

A música nos encanta e, particularmente, os métodos de reproduzi-la atraem, há séculos, a atenção dos seres humanos, como os diversos “autômatos musicais e instrumentos mecânicos” do século XVII, que inspiraram muitos mecanismos de produção e reprodução musical antes da era moderna e das tecnologias atuais (CHION, 1994, p. 25), até a invenção-síntese, que é o órgão: para Chion a materialização do “instrumento total” de teclas, “polifônico, afinado sobre notas precisas”, “concebido para soar com grande potência (como um sintetizador com amplificação)” (CHION, 1994, p. 30).

Estas técnicas e instrumentos desenvolvidos desde o início das revoluções técnico-científicas e industrial, ao se popularizarem, passaram a servir para a criação de arranjos artístico-culturais multimilionários. É claro que tais recursos técnicos também serviram para facilitar e estimular a criatividade musical popular, do mesmo modo que também sirvam para que os músicos independentes desenvolverem a sua arte. Conforme demonstra Eduardo Vicente, todo esse desenvolvimento irá desembocar em três principais momentos de grande articulação deste nicho de atuação. Quais sejam:

a cena do final dos anos 70, marcada pela atuação do músico e produtor Antônio Adolfo e pela produção desenvolvida em torno do Teatro Lira Paulistana (São Paulo), a cena dos anos 90, impulsionada pelo desenvolvimento das tecnologias digitais de produção e pelas estratégias de terceirização das grandes gravadoras e o momento atual, de inédita articulação da cena independente bem como de sua atuação autônoma em diversos segmentos musicais. (VICENTE, 2006, p. 1).

Como atesta Leonardo De Marchi, até os anos 1930 a indústria do disco ainda não havia se estabelecido – época que De Marchi denomina “era heroica” (2016, p. 108). Eduardo Vicente afirma que essa indústria majoritária só registrará um crescimento robusto a partir dos anos 1960, graças a incentivos governamentais (VICENTE, 2006, p.

que atinei: No princípio era a acção. (1956, p. 103).

3), o que não evita na década seguinte, uma crise do setor artístico: “a indústria (cultural) aumenta sua seletividade, racionaliza sua atuação, reduz seus elencos e, nesse processo, tende a marginalizar artistas menos imbuídos de sua lógica ou não classificáveis dentro dos segmentos de mercado que passa a privilegiar” (2006, p. 4). Isso obrigará os músicos independentes a reagirem.

Como veremos a seguir, a Música é uma arte que parte da voz para os instrumentos, conforme atesta Chion (1994, p. 11). Mesmo computadorizada, a lógica se mantém, ainda que haja outras possibilidades. Com o aperfeiçoamento do computador para registro (de partituras, de obras, de vozes, de instrumentos, etc.), execução, criação, transformação, transmissão, divulgação, etc., a história do desenvolvimento destas técnicas de registro, suporte e divulgação demonstra que elas participam da popularização da música em níveis muito superiores aos das tribos humanas mais primitivas. A ponto de a música estar conosco na vida contemporânea, em quase todos os momentos, como “trilha sonora de nossos cotidianos”.

2.1.1 – As invenções que nos aproximaram da música

Michel Chion (1994) advoga que há seis efeitos técnicos de base que transformaram a produção, a natureza e a difusão dos sons. O que significa que a música acompanha a humanidade, mas, veremos que ela foi sempre modificada quando houve (e há) novas invenções tecnológicas. Os efeitos modificadores da música verificados desde o início das atuais evoluções técnico-científica foram os seguintes: a captação (1994, p. 13), a telefonia (1994, p. 14), a fonofixação ou gravação (1994, p. 16), a amplificação (1994, p. 19), a geração elétrica do som (1994, p. 20) e a remodelagem, manipulação ou tratamento dos conteúdos gravados (1994, p. 21). Todos os recursos citados são criações e aplicações técnicas independentes entre si, mas que foram sendo agrupados empiricamente como instrumentos para melhoria da produção sonora, por músicos, técnicos de estúdio de gravação e edição sonora, montadores de equipamentos para apresentação espetáculos musicais, radialistas, engenheiros de som etc., até serem incorporados como recursos definitivos para a produção e registro musical, e chegarem aos consumidores embutidos nos suportes musicais adquiridos, e também passaram a ser recursos indispensáveis nos espetáculos ao vivo, ou nas apresentações transmitidas pelo

rádio, televisão e internet.

Segundo Chion, a “captação consiste em converter, por intermédio de um ou vários microfones, uma parte (forçosamente uma parte) de uma vibração sonora, por definição efêmera e complexa, numa outra coisa que pode ser retransmitida à distância” (em forma de oscilação elétrica ou fixada em um suporte) (1994, p. 13). Neste estágio, nos lembra o pesquisador, “é possível, graças à natureza especial das ondas sonoras”, haver uma mixagem natural do som captado por todos os microfones e “reconstituir” o que ele chama de “imagem sonora”, que apesar das limitações e perdas, “nunca poderia ter existido” sem microfones (1994, p. 14). Chion ainda ressalta que o processo de reprodução faz o “caminho inverso”, ou seja, significa transmitir o que foi captado pelos microfones, no mesmo instante ou através de algum suporte tecnológico.

Já o que Michel Chion chama de “Telefonia” é a “retransmissão do som à distância”, que surgiu “durante as investigações relacionadas com o telégrafo. Ou seja, o objetivo era conseguir transmitir informações à distância, sem fios, e não de guardar o conteúdo que seria transmitido. A esse respeito, hoje sabemos que as informações telegráficas eram o objetivo de Guglielmo Marconi, o inventor oficial do rádio. Antes dele, o injustiçado cientista e padre brasileiro Roberto Landell de Moura estava focado na transmissão de voz à distância, invento muito mais próximo ao rádio como o conhecemos hoje (KLÖCKNER; PRATA, 2011, p. 10). Segundo Hamilton Almeida, na apresentação do livro *A Mídia Sonora em 4 Dimensões*:

Pioneiro das telecomunicações, padre Landell também merece ser conhecido (e reconhecido) como precursor da televisão (projetou esse invento em 1904, décadas antes da primeira experimentação oficial, quando nem o rádio existia!), do teletipo e do controle remoto pelo rádio. (KLÖCKNER; PRATA, 2011, p. 9).

Essa situação comprova como as invenções estavam separadas em suas épocas de origem, apesar do curto espaço de tempo e da correlação entre elas. O próprio Chion observa duas características deste momento histórico: a primeira é que “na rádio dos anos 20 e 30 os meios de gravação mecânicos ou elétricos eram elementares, e a maioria das emissões musicais ou dramáticas eram difundidas em directo” (1994, p. 14). Ou seja, ao praticar a telefonia ao vivo, era necessário ensaio; e a segunda é que retransmissão à distância não significava amplificação. Eram necessários “tapa-orelhas”, versão primitiva dos nossos fones de ouvido, ligados aos microfones (1994, p. 16).

Falando sobre a técnica de fonofixação, registro ou gravação, inventada simultaneamente por Charles Cros e Thomas Edison em 1877, Chion destaca que permitia “fixar” e “produzir sons especificamente destinados à gravação em suporte”. A novidade era que, a partir deste momento, o chamado “objeto sonoro”, conforme a denominação de Pierre Schaeffer, “iria ser conservado, como um traço sobre o papel” (1994, p. 16), permitindo a “reaudição literal de um fenômeno sonoro até o infinito” (1994, p. 17), inclusive de quem fora gravado. Ou, como afirma De Marchi, o fonógrafo foi desenvolvido para não “replicação em larga escala das gravações de sons, muito menos para uso com divertimentos populares”, mas “para gravação e retransmissão de informações, complementando as atividades da estenografia, do telégrafo e, sobretudo, do telefone” (DE MARCHI, 2016, p. 65).

Dessa forma a informação através do som não seria mais fugaz, como uma transmissão ao vivo ainda o é. De Marchi nos lembra que o uso comercial do fonógrafo e seus desdobramentos foi um fracasso, exceto pelo uso dedicado ao entretenimento (2016, p. 66), que cresceu, especialmente nos E.U.A., com “o rápido desenvolvimento dos transportes, da indústria, das comunicações e, por conseguinte, dos centros urbanos” (2016, p. 67). Sobre a amplificação sonora, Michel Chion ressalta que esta técnica também não nasceu com a gravação. Chion chega a afirmar que a “reprodução por fonógrafo, por exemplo, da voz de um tenor ou de uma soprano representava mais uma redução que uma amplificação”, técnica que foi aprimorada nos anos seguintes.

Lembremos que os primeiros aparelhos de registro, especialmente por causa dos processos mecânicos de gravação, necessitavam de duas condições: um som muito alto para acionar as membranas mecânicas de gravação e, depois, auscultadores para ouvir o registro. Aqui no Brasil, por exemplo, um país que estava fora do circuito de desenvolvimento de técnicas e de recursos industriais, como havia na Europa e nos Estados Unidos, era preciso utilizar cantores de grande extensão vocal para acionar o mecanismo de registro quase que no “berro” (como as vozes de Vicente Celestino, Dalva de Oliveira, Francisco Alves, entre outros).

Somente a partir da década de 1920, com a importação de equipamentos mais atualizados para equipar as primeiras emissoras de rádio, e para atualizar os estúdios de gravação fonográfica, é que pudemos ouvir cantores de vozes menos potentes e mais preocupados com a interpretação e divisão rítmica, como o pioneiro Mario Reis (SILVA,

2002, p. 199). Para Michel Chion é a tecnologia de amplificação que é a responsável por fornecer “o meio de combinar sons de instrumentos de potência diferente sem que estes se embaralhem. Os diversos tipos de recursos para amplificar os sons, que foram desenvolvidos ao longo do tempo, que igualmente permitiram que multidões passassem a ouvir em conjunto numa sala, num estádio ou num parque” qualquer “murmúrio” de um cantor (1994, p. 19). É preciso destacar que a amplificação sonora possibilitou também a “reinvenção” de alguns instrumentos musicais, como a guitarra (1994, p. 20). Ou seja, a amplificação permite “uma música de tipo comunitário” (1994, p. 19).

Leonardo De Marchi avalia que a utilização de máquinas reprodutoras e amplificadoras de som pela emergente classe média urbana, estabeleceu um novo paradigma de entretenimento cultural, o da “recreação sem esforço”, que substituiu o hábito anterior, que valorizava aulas de piano para um aprendizado que possibilitava ao aprendiz a produção e a exibição individual de um determinado repertório musical.

Essa mudança social e cultural foi o que deu uma aplicação precisa à inovação de Berliner [inventor do gramofone], permitindo a adoção de um modelo de negócio baseado na produção em larga escala de cópias de uma mesma gravação para serem consumidas por indivíduos. A partir daí, transformou-se toda a trajetória da fonografia. (DE MARCHI, 2016, p. 69).

É assim que a música se tornou matéria-prima refinada para crescente modelo de negócio dominado por uma grande indústria cultural, que já possuía sólidos alicerces, tanto tecnológicos, quanto comerciais, no período de transição entre o século XIX e o XX.

O quinto efeito trazido por Chion, a geração elétrica dos sons, já tratamos de forma indireta acima quando falamos da técnica mecânica de registro de sons. Chion destaca que nos momentos iniciais de desenvolvimento das técnicas de registro, o objetivo da invenção era gerar sons diretamente às caixas de som, sem passar por microfones (1994, p. 20). O avanço permitiu que as ondas sonoras pudessem ser transformadas em ondas elétricas. Sólón do Valle, em seu livro *Microfones*, descreve o princípio de “transdução”, que é quando um aparelho “transforma um tipo de energia em outro” (2002, p. 13). Vários são os equipamentos do nosso cotidiano que fazem isso, por exemplo, a lâmpada, que transforma a energia elétrica em luz. No caso dos equipamentos de áudio, Valle detalha:

No áudio, temos alguns tipos de transdutores. O alto-falante transforma energia elétrica em energia acústica (som); o captador piezoelétrico (usado em instrumentos como o violão) transforma energia mecânica (vibração da corda) em eletricidade; e o microfone converte som em sinal elétrico. (2002, p. 14).⁶⁰

Já De Marchi enfatiza que a partir de 1920 as empresas fonográficas já começavam a sentir os efeitos da competição de “novos e poderosos entrantes no mercado de comunicação e cultura, as grandes empresas de rádio e cinema”, cujas pesquisas “resultaram na criação do microfone elétrico, das caixas acústicas assim como das gravações elétricas” (DE MARCHI, 2016, p. 73). Michel Chion afirma que o modelo de geração elétrica do som, presa ao que ele chama de “modelo instrumentalista”, serviu para a fabricação, “em série”, de sintetizadores “que dão simultaneamente uma imitação sumária dos timbres da orquestra e timbres específicos, e que muitas vezes soam como pianos ou órgãos” (1994, p. 20).

E, finalmente, a Remodelagem, Manipulação ou Tratamento do som, quando há alteração mecânica ou elétrica do som. A manipulação do som, ao vivo ou gravado, serve para trabalhar o que foi gravado: “regenerar, retocar, rearrumar o sinal sonoro” (1994, p. 21), processos que permitem, nos dias de hoje, recuperar velhas gravações e até distorcer o áudio, como no rock e na música concreta (1994, p. 22).

Basicamente ocorrendo em terreno internacional, o desenvolvimento destas tecnologias (e seu uso mercadológico) assumirá “a forma de uma indústria de produção em larga escala de fonogramas em diferentes suportes físicos (cilindros, discos de rotações por minuto, fitas magnéticas, discos digitais) dominada por um tipo de empresa, a gravadora” (DE MARCHI, 2016, p. 58). As chamadas *majors*, segundo o Pesquisador, se tornarão a chave para entender o mercado fonográfico, saindo de uma novidade no campo das tecnologias de informação e comunicação para um imenso negócio de bens culturais (2016, p. 60).

⁶⁰E, na mesma publicação, Solón do Valle aponta para a evolução do uso combinado dos princípios de registro mecânico e elétrico, em diversos microfones atuais.

2.1.2 – O início das Indústrias Culturais no Brasil até os anos 1940

No conto de Machado de Assis, Um Homem célebre, podemos ler a seguinte passagem:

- Diga, minha senhora.
- É que nos toque agora aquela sua polca Não bula comigo, nhonhô.

Pestana fez uma careta, mas dissimulou depressa, inclinou-se calado, sem gentileza, e foi para o piano, sem entusiasmo. Ouvidos os primeiros compassos, derramou-se pela sala uma alegria nova, os cavalheiros correram às damas, e os pares entraram a saracotear a polca da moda. Da moda; tinha sido publicada vinte dias antes, e já não havia recanto da cidade em que não fosse conhecida. Ia chegando à consagração do assobio e da cantarola noturna. (ASSIS, 1946).

O diálogo machadiano se passaria em 1875. Veremos que, nesta época, a comercialização de partituras era uma atividade lucrativa na capital do Brasil. E o método utilizado para estimular as vendas não surpreendiam: planeiros tocando as composições mais populares nas casas de música, chamando atenção para a novidade e também ensinando como tocá-la; além do uso de nomes engraçados, dúbios e provocantes, às vezes escolhidos pelos compradores, não por seus autores. Esses mesmos compradores de música, editores e vendedores de partituras, também decidiam quem merecia ser publicado e quais músicas seriam trabalhadas.

As formas de divulgação dos produtos culturais comercializados no Rio de Janeiro do final do século XIX serviu como modelo inicial, para um negócio que já dura mais de um século, mostrando que a música pode ser lucrativa, se os seus divulgadores souberem direcionar, e até padronizar os gostos dos seus públicos e, também, se conseguirem apropriar-se pelo menor custo, das produções musicais, ou das próprias carreiras dos artistas criadores.

A vida de Ernesto Nazareth nos serve de exemplo para ilustrar os bastidores do mercado musical brasileiro, ainda nos seus primórdios. Aos 15 anos, precisamente em 25 de dezembro de 1878, Ernesto Júlio Nazareth (1863 - 1934), um dos mais geniais compositores brasileiros, a quem se atribui ter pavimentado o caminho entre o maxixe e o choro, conseguiu, usando a gíria do meio, emplacar no mercado musical carioca, a sua primeira composição. Era a “polka lundu” “Você bem sabe!”. Em nota do Jornal do Commercio do Rio de Janeiro, a peça musical de sucesso inesperado era vendida “unicamente em Casa de Arthur Julio Napoleão & Miguez”, rua do Ouvidor, número 89

(BARBOSA, 2005, p. 21). Com o dinheiro da venda das partituras, o menino custearia suas aulas de piano com o concertista francês Lucien Lambert, o mais famoso professor de música do Rio de Janeiro, naquela época.

Estudar com Lucien Lambert era o prenúncio de um futuro brilhante para Ernesto Nazareth. Porém, como ocorreu com seus contemporâneos, Joaquim Callado e Chiquinha Gonzaga, a escolha profissional pela música cobrava um preço alto. Para sustentar a família, Nazareth, que apesar da fama que possuía, nem sempre tivera um piano – ganharia um, de presente de admiradores, somente em 1926 (2005, p. 107) –, tinha de dar aulas nas casas dos alunos e trabalhar como pianista em cinemas, casas de família, em festas (2005, p. 41) e em casas de música (2005, p. 68). Neste último tipo de trabalho, o renomado pianista passava o dia interpretando os grandes sucessos do momento em instrumentos, às vezes, de condições lastimáveis; era a única maneira do público conhecer as novidades musicais daqueles tempos sem rádio: era preciso comprar a partitura e tocar em casa, na segunda década do século XX (2005 p. 72).

Haroldo Barbosa lembra, em sua biografia sobre Nazareth, que nesse período, com a popularização dos gramofones, os discos gravados no Rio de Janeiro eram prensados em Berlim, na Alemanha, e só depois de 1913 no Brasil. Infelizmente, nem aqui nem no estrangeiro, jamais registraram a atividade criativa de um dos seus pianistas e compositores mais populares, grande vendedor de partituras, Ernesto Nazareth. O registro em disco só viria em 1930 (2005, p. 98), já no fim de sua vida.

Sabemos que entre o fim do Império e início da República, o Brasil, especialmente o Rio de Janeiro, viu nascer os processos de edição, consumo e vendas de partituras (SILVA, 2016, p. 281). Dilettantes com dinheiro para comprar um piano preenchiam as ruas mais movimentadas e endinheiradas, demonstravam as grandes possibilidades que um futuro comércio de reprodutores de música viria a ter. E, mais importante, começavam a construir o gosto musical dos habitantes da capital do país, que abrigaria os primeiros selos musicais e as primeiras experiências oficiais com o rádio, a partir de 1922. A primeira casa de música registrada no Rio de Janeiro, seria de João Bartolomeu Klier, clarinetista alemão, em 1831 (2016, p. 283). Essa prática comercial se desdobraria com a venda de instrumentos e na contratação de compositores, músicos e professores particulares de música (2016, p. 289) – e, como é óbvio, a total falta de controle sobre as cópias manuais das páginas editadas. Mais tarde, já no século XX, o comércio de

partituras nacional sofreria com o desenvolvimento de novas tecnologias de registro e reprodução musical e ficaria concentrado em São Paulo (2016, p. 288).

A historiografia brasileira tem resgatado, graças ao árduo trabalho de muitos pesquisadores, os raros registros do sinuoso trajeto evolutivo da cultura artística nacional, especialmente da constituição de nossas raízes musicais, desde o início do período colonial. É uma tarefa bastante difícil, porque a história oficial descrita pelos registros das classes dominantes, praticamente só consideraram a existência de “uma história nacional”, a partir da chegada ao Rio de Janeiro, da fugitiva família real portuguesa, cujo desdobramento principal seria a elevação do País à condição tardia de vice-reino; Um ciclo histórico, cujo desdobramento principal seria a proclamação da “independência” feita por D. Pedro, um príncipe herdeiro da coroa portuguesa. Portanto, antes da sucessão de eventos havidos na história nacional do século XIX, a história da cultura musical do período colonial é repleta de lacunas, que nem sempre as pesquisas contemporâneas conseguem encontrar respostas para todas as perguntas que os seus pesquisadores fazem na tentativa de resgatar as memórias perdidas.

Uma das preocupações dos historiadores da cultura brasileira tem sido o resgate da música do Brasil colônia, e que influência elas tiveram nas manifestações musicais que ocorreram após a Independência, sejam elas derivadas de matrizes nacionais ou reinterpretações das novidades importadas. Em todas essas manifestações artísticas, há sempre a presença de cantores e instrumentistas. Como era a vida desses artistas? Eles eram homens livres ou cativos, que buscavam com a sua música, um alívio para os sofrimentos advindos da escravidão? Se eram escravos, gozavam de algum privilégio pela arte que apresentavam nas festas dos senhores? Se eram homens livres, tinham direito a algum ganho, apesar de não termos evidências da existência de um modelo de negócio artístico organizado naquela época? Perguntas ainda sem respostas.

Desde o início da ocupação da América pelos invasores espanhóis e portugueses, os Jesuítas, que serviram como “tropas invasoras” mais eficientes e menos custosas que contingentes de militares, fizeram da catequese o principal instrumento de dominação e “aculturação” dos povos indígenas, e mais tarde, dos cativos africanos. Os padres catequizadores fizeram da música, inclusive a instrumental, um eficiente instrumento para catequizar, para louvar, para deixar os escravizados mais calmos, para fazê-los trabalhar, para ilustrar espetáculos feitos para nobres e senhores das novas terras, para animar as

longas e exaustivas marchas sertão adentro ou para festejar os dias santos e as alegrias das conquistas.

Nos diversos países da América Latina ainda hoje, é fácil verificar entre os mais distintos grupos étnicos e culturais, a forte herança musical derivada das catequeses jesuíticas. Os padres da Companhia de Jesus, em sua maioria eram oriundos dos territórios espanhóis e portugueses onde havia predominado por muitos séculos, frequentes invasões fenícias, romanas, visigodas e árabes. Por isto, os jesuítas traziam uma complexa herança musical, com uso de instrumentos de corda, que não faziam parte das tradições dos povos indígenas, e tampouco dos grupos africanos que aqui chegaram escravizados. Um dos grandes legados culturais dos jesuítas, também envolve domínio técnico para a produção de instrumentos, pois baseia na forte tradição da luteria que se espalhou pelo Continente Americano, produzindo muitos tipos de instrumentos de corda, que são reinterpretações de instrumentos europeus que eram utilizados popularmente na península ibérica.

O fazer musical sempre exigiu alguma iniciação ao aprendiz de artista, ou ao bom apreciador diletante, para poder manejar adequadamente instrumentos ou para dominar a arte de versejar e de afinar os cantos saídos de gargantas bem ensaiadas. Assim, em plena aspereza da vida cotidiana durante o Brasil colonial, todas as pessoas buscavam momentos de repouso e quando havia oportunidade, se entregavam ao prazer diletante da música, fossem padres, os escravizados, os donos da “casa grande”, os tropeiros, mascates ou ferreiros, todos eram “instigados” pelas longas cantorias religiosas que acompanhavam as procissões, ou pelos acordes musicais tidos como profanos produzidos por instrumentistas inspirados, por poetas informais que compunham e musicavam toadas e modinhas boas para varar noites animadas pelas violas puxadoras, engrossadas por percussões incisivas. As vigílias animadas das festas de fazendas ou dos povoados eram regidas pela alegria musical coletiva e também regadas pela aguardente, que vertia de primitivos alambiques, aquecia a garganta rouca dos cantadores e redobrava o ânimo festeiro.

Veremos que este músico (e seu talento), na maioria das vezes, é apenas mero instrumento de alguém, de uma comunidade ou de alguma instituição. Situação identitária que não será significativamente alterada, mesmo quando os músicos começam a ser reconhecidos (no início da impressão e venda de partituras ou, mais tarde, com a indústria do disco), ou quando alguns poucos deles passam a fazer fama e alguma fortuna, a partir

da consolidação do rádio no Brasil. É o que esperamos exemplificar o próximo capítulo, ao apresentarmos os relatos dos músicos da cidade.

De fato, o século XIX trouxe ao Brasil e ao povo brasileiro, uma mudança da condição de colônia sem nenhuma autonomia, para a de País, ainda embrionário, mas, com alguma soberania política e econômica, para poder aspirar a consolidação de uma cultura nacional autônoma, mesmo que as suas classes dominantes ainda prosseguissem atreladas aos valores culturais e aos interesses econômicos da antiga metrópole. A segunda metade do século XIX passou a demarcar um desenvolvimento genuinamente brasileiro da tradição musical urbana, com alguns traços modernos e até cosmopolitas. Daí em diante começou a prosperar com mais rapidez, manifestações musicais regionais com traços cada vez mais cosmopolitas, principalmente nas capitais brasileiras da costa marítima ou da Amazônia, que por suas interligações com as rotas portuárias mundiais, tinham acesso em primeira mão, às novidades culturais produzidas na Europa e em alguns países da América.

Eram cidades que já dispunham de jornais que divulgavam para as elites locais, as cobiçadas “novidades de fora”. Naquela época, as publicações da imprensa começam a estar cada vez mais presentes em todas as localidades tidas como civilizadas do País, embora os raros exemplares fossem lidos pela diminuta elite alfabetizada, formada por homens, majoritariamente brancos, que eram grandes proprietários de terras, donos de comércios de importação e exportação, ou varejistas de pequenos e médios estabelecimentos, que vendiam uma infinidade de mercadorias importadas dos produtores europeus, uma vez que por aqui, a perspectiva de industrialização ainda permanecia distante.

Entretanto, mesmo nas capitais de outras províncias brasileiras, a influência decisiva para a proliferação das manifestações criativas da música e das artes regionais, vinha principalmente das criações de uma vanguarda artística que havia no Rio de Janeiro, uma cidade que além de ser a capital do Governo Imperial, já apresentava alguma configuração metropolitana que antecipava diversas concepções culturais e arranjos produtivos modernos, que dava-lhe condições intelectuais e econômicas de dialogar com as vanguardas estrangeiras. O ambiente, aparentemente cortesão, carioca, era mais liberal e poderia admitir, e grande parte da elite intelectual e artística aspirava o modelo em ascensão na Europa e na América do Norte, tanto o projeto de vida, como as formas de

desenvolvimento econômico, político e cultural, que renunciavam as sociedades urbano-industriais surgidas com as revoluções fabris e as vanguardas científicas e tecnológicas.

O século XIX se caracteriza, portanto, pela emergência de duas esferas distintas: uma de circulação restrita, vinculada à literatura e às artes, outra de circulação ampliada, de caráter comercial. O público se encontra, desta forma, cindido em duas partes: de um lado uma minoria de especialistas, de outro, uma massa de consumidores. (ORTIZ, 1988. p.25).

No Brasil, só a partir de 1870, alguns valores modernos começaram a se manifestar de modo mais abrangente nas relações sociais das pequenas camadas dominantes, constituída de gente branca, livre e proprietária de bens e escravos para realizar o trabalho necessário em suas atividades produtivas e rentáveis. Naquele período, o “império” brasileiro ainda prosseguia com seu secular modelo extrator de recursos naturais, exportador de poucas variedades agrícolas e importador de qualquer de equipamentos e de produtos processados, fosse para comércio, para finalidades produtivas, ou de uso doméstico e pessoal.

Entretanto, no cenário ocidental ampliava-se a guerra comercial conduzida pelos EUA. O país líder da segunda revolução industrial movia-se acelerado para superar a concorrência europeia, especialmente a inglesa e alemã, que tinha forte presença no mercado brasileiro, de exportação e importação. Assim, as mudanças dos cenários econômicos, e também políticos externos, induzia as “elites” nacionais, que eram muito sensíveis às mudanças e as pressões externas, a assumir gradualmente, a nova configuração internacional “que cobrava capacidade competitiva num país que ainda não rompera com a submissão colonial, que alimentava a sua economia nacional com o trabalho escravo, o principal insumo para garantir a fartura de colheitas nas grandes fazendas de uma “pseudo-aristocracia” compradora de títulos nobiliárquicos e de patentes militares”, segundo Antônio Francisco Magnoni:

A proclamação da República acelerou a introdução de alguns elementos modernizadores no Brasil. Mesmo assim, a sociedade transitou lentamente de uma mentalidade e de um modo de vida e de produção exclusivamente agrário e escravista, para uma lenta urbanização manufatureira, que produzia só aquilo que não era suprido pelas importações. A pequena produção fabril de bens primários, já era sustentada pelo trabalho assalariado e amparada pelas primeiras legislações trabalhistas. O contexto produtivo e econômico ainda precário durou as quatro primeiras décadas de governo republicano contrariando o ideário progressista que moveu alguns setores genuinamente liberais e modernizadores, que lutaram pela proclamação da República. (MAGNONI, 2001, p. 56).

Nas três últimas décadas do século XIX, a segunda revolução industrial desenvolvia os novos estágios de industrialização, que iria predominar no século seguinte. A nova escalada do industrialismo era liderada pelos Estados Unidos, que havia superado os transtornos da guerra civil, e já disputava mundialmente a liderança da economia fabril com alguns países europeus, e também com o Japão, a primeira grande nação asiática a industrializar-se. No cenário brasileiro, sobrevivia um regime “aristocrático” tardio, que era sustentado em parte, por uma importante economia extrativa, mas a sua fonte principal era a enorme produção agropecuária produzida com trabalho escravo. Com as rápidas mudanças ocorrendo, inclusive no Continente Americano, aumentavam as movimentações silenciosas conduzidas por liberais democratas, sobre a possibilidade de instauração de um regime republicano no País, mudança político-administrativa que poderia desencadear rapidamente as condições de desenvolvimento urbano-industrial. Na prática, a crise do governo imperial acelerou-se após a decisão tomada pela princesa Isabel, de abolir a escravatura, medida que contrariou os interesses econômicos imediatos dos grandes produtores rurais.

A resposta ao fim da escravidão veio pela revolta do patronato, que havia perdido toda a sua força de trabalho: um golpe militar conduzido por um velho marechal asmático, e defensor da monarquia. A proclamação da república foi mais um ato de revanche, do que um projeto político e econômico para modernizar o Brasil. Mesmo que uma diminuta parcela bem instruída e intencionada da nova elite republicana desejasse o rápido ingresso do Brasil no palpitante mundo moderno, ela não ocorreu durante a última década do século XIX e, tampouco, durante as três décadas iniciais do século XX, um período denominado pelos historiadores como era da “república velha”: conflitante e regida pelos valores remanescentes do período imperial, que permaneceram impregnados no cotidiano cultural das diversas camadas da população e, também, entre os estamentos dirigentes do País.

Apesar da permanente instabilidade política e econômica da República Velha e de suas oligarquias regionais dependentes do frágil modelo agroexportador, o desenvolvimento do mercado interno da época foi sustentado, sobretudo, pelo aumento populacional nas cidades. A urbanização foi intensificada pela vinda dos imigrantes europeus e pelo início do fluxo migratório do campo para as áreas urbanas onde começa uma gradativa industrialização, comércio e alguns setores de serviços, atividades urbanas que abriram espaço para atrair operários nas primitivas fábricas de metalurgia, de tecidos e de produtos alimentícios, na construção civil que ampliava os seus canteiros de obras. As

maiores categorias de trabalhadores urbanos daquela época, e também a mais organizadas e protegidas por legislações trabalhistas pioneiras, eram a dos empregados das estradas de ferro, que multiplicavam as extensões País adentro, das suas rotas ferroviárias. O bloqueio comercial causado pela Primeira Guerra Mundial na Europa contribuiu bastante para acelerar um projeto mais consistente de industrialização nacional. (MAGNONI, 2001, p. 64).

O conflito devastador mudou severamente a situação territorial, econômica, política e social das nações europeias beligerantes e também deslocou o eixo das relações comerciais, políticas e culturais dos países latino-americanos exportadores de matérias-primas e compradores de bens manufaturados, entre os quais o Brasil. Em 1918, vencedores e vencidos tentavam reconstruir os seus países, ao mesmo tempo que enormes contingentes de desalojados pela destruição bélica rumavam ao continente americano em busca de um recomeço. Os EUA assumiram definitivamente no pós-guerra, a hegemonia comercial e político-militar sobre a América Latina, uma enorme região que estivera sob influência da Inglaterra, desde que os ingleses iniciaram a industrialização europeia. As causas objetivas da Primeira Guerra Mundial haviam sido as disputas imperialistas pendentes desde o final século XIX, entre as potências industriais europeias, que buscavam assumir a hegemonia do comércio e da economia mundial.

A Inglaterra, que saíra cambaleante do conflito mundial, cedeu espaço para os EUA no cenário comercial e financeiro internacional. O Brasil, tradicional cliente dos bancos ingleses, passou então a dar preferência para os relacionamentos com os norte-americanos. Acopladas a essas mudanças na vida econômica do país, vieram as transformações culturais. A vida e o comportamento do cidadão norte-americano, através dos filmes, imprensa, literatura etc., começaram a se tornar o novo paradigma para parcela da intelectualidade brasileira. Essa influência se estendeu ao campo educacional e pedagógico. Todo o ideário pedagógico do Movimento da Escola Nova, principalmente na versão norte-americana encetada pelos educadores John Dewey e Willian Kilpatrick, desembarcou no país, ganhando adeptos nas gerações de intelectuais jovens que se preocupavam com os problemas educacionais. (GHIRALDELLI, 1992. p.18-9).

O Brasil tivera que implementar tardiamente, e por conta dos cortes durante a Primeira Guerra Mundial, uma industrialização bastante primária destinada ao abastecimento emergencial do mercado interno, atividades fabris que prosseguem e tomam impulso ao final do conflito europeu, mesmo que os anos vinte tenham sido cenários de sucessivas crises nacionais, e também da grave crise econômica internacional, que foi desencadeada pela quebra da bolsa de Nova York em 1929. O desfecho brasileiro da década de 20, foi o levante político conduzido por Getúlio Vargas, que propiciou o

golpe de 1930.

Cardoso de Mello (1990, p.156) afirma que “[...] o desenvolvimento industrial dos anos 1920 salienta-se, simultaneamente, por uma profunda modernização da indústria de bens de consumo assalariado e pela diferenciação da estrutura industrial, com a pequena indústria de aço ganhando forças e com a indústria de cimento se implantando. Ambos os fatos teriam enorme importância quando a economia brasileira se recuperasse dos efeitos da crise de 1929”.

Nas cidades em expansão populacional, as classes populares em busca de trabalho eram constituídas de imigrantes estrangeiros, que já haviam deixado o insalubre trabalho rural, por levadas interioranas de lavradores sem terras e de famílias negras que haviam sido excluídas do trabalho agrícola, desde o fim da escravidão, substituídos pelos trabalhadores emigrados da Europa, que haviam sido “importados” com recursos do Estado, para compensar os fazendeiros pela liberação dos escravos.

Os ex-cativos e os seus descendentes constituíam em algumas capitais, um imenso contingente de habitantes suburbano que era açoitado frequentemente pelo racismo estrutural; o patronato os tratava como mão-de-obra desqualificada para o trabalho fabril; também eram discriminados nas contratações do comércio e serviços que exigiam “boa aparência e escolaridade”. Assim, os trabalhadores negros totalizavam uma enorme população de homens e mulheres que não dispunham de meios para conseguir ocupação e renda regular, estavam condenados aos trabalhos mais insalubres, degradantes e com menores remunerações.

Tanto os negros, quanto os imigrantes e os migrantes que se moviam pelas regiões brasileiras em busca de oportunidades para uma sobrevivência mais promissora, eram grupos sociais iletrados e dotados de culturas peculiares, com repertórios, conhecimentos e valores culturais já bastante mesclados, que eram repassados e mantidos pela tradição oral. Portanto era uma grande parcela da população nacional, que não tinha acesso às informações transmitidas pelos veículos de linguagem escrita, seja literária, didática ou da crescente imprensa noticiosa. Entretanto, desde o início do século XX, muitos deles passaram a ter contato, ou a ouvir falar maravilhas das máquinas de gravar e reproduzir sons musicais e as vozes dos intérpretes mais famosos daquela época, fossem estrangeiros, ou fossem os pioneiros da fonografia nacional. Também o cinema

comercial, cujas primeiras exposições experimentais ocorreram no Brasil, ainda no final dos anos 90 do século XIX, começou a instalar as suas primeiras salas de exposição pública, no Rio de Janeiro e em São Paulo, no final da primeira década do século passado. A fonografia e o cinema eram as atrações culturais mais inovadoras e sofisticadas da época; eram as primeiras formas de entretenimento coletivo, ainda restritas aos setores sociais mais abastados e que viviam nos grandes centros urbanos. Mesmo com abrangência muito restrita entre as camadas trabalhadoras, as novidades culturais representadas pelas duas novas e importantes tecnologias artísticas e comunicativas, interferiam fortemente no imaginário e nas formas de criação popular.

Na intensa disputa econômica e comercial internacional entre os países industrializados, que havia antes da Primeira Guerra Mundial, era preciso que cada um dos competidores dispusesse de complexos fabris avançados, de meios de transporte rápidos que assegurassem a exploração global de matérias-primas e também a ampla distribuição de mercadorias, para que cada produtor pudesse monopolizar os mercados consumidores que lhe eram mais estratégicos. Entretanto, naquela acirrada fase de competição não bastava aos concorrentes contarem apenas com a liderança industrial e uma infraestrutura comercial eficiente; também era preciso ter disponíveis veículos de comunicação e propaganda mais abrangentes que a comunicação escrita, cujas mensagens eram restritas aos segmentos alfabetizados, que ainda eram minoritários, mesmo entre as populações dos países industriais. Eram necessários meios capazes de alcançar amplamente populações com línguas, hábitos e padrões culturais bem distintos dos europeus e dos estadunidenses, que lideravam a segunda revolução industrial. O analfabetismo predominante entre as populações dos potenciais mercados dificultava bastante a disseminação de um novo modo de vida calcado no consumo de mercadorias importadas. O uso do rádio como o primeiro veículo de comunicação simultânea, de grande alcance geográfico, com mensagem falada, gratuita e com grande potencial de atração popular ajudou a expansão comercial, a internacionalização cultural, e também impulsionou o desenvolvimento musical e artístico em todos os países, a partir do início dos anos 1920. (MAGNONI, 2001, p. 42).

No Brasil, o início do rádio associativo em 1923 inaugurou a radiodifusão nacional, que desencadearia em pouco mais de uma década, inclusive entre a população pobre e não branca, uma revolução musical, cultural, comportamental e de consumo de mercadoria nacionais. Embora as primeiras transmissões de rádio ainda fossem acessíveis só para um restrito público com poder aquisitivo para comprar um caríssimo receptor importado, as programações pioneiras não estavam preocupadas em agradar o gosto das camadas populares pobres, que durante o trabalho nas casas ou nos distintos negócios de “patrões endinheirados”, já haviam se acostumado a ouvir uma enorme diversidade de estilos musicais disponíveis em discos, e que também passaram a escutar as transmissões

sintonizadas pelos receptores da elite que apreciava a novidade importada.

O contexto econômico e social brasileiro dos anos 1920 começou a demandar um tipo de educação mais dedicada ao desenvolvimento de conhecimentos práticos e de habilidades profissionais que eram demandadas pelas novas modalidades de serviços urbanos, pelos estabelecimentos comerciais e pelos diversos tipos de conhecimentos profissionais especializados, que eram necessários para atender as novas modalidades produtivas que surgiam constantemente nos novos barracões fabris. A tecnologia derivada da radiodifusão abriu mercado promissor para a produção de equipamentos de transmissão para as novas emissoras, de serviços de telefonia e telégrafo e de uma infinidade de dispositivos de captação, registro e produção de áudio; além de suprir uma demanda crescente de bens de consumo domésticos, como receptores de rádio, toca-discos e gravadores de áudio e mais tarde, dos equipamentos de televisão e de telecomunicações. O próprio desenvolvimento da informática iria derivar da evolução das tecnologias eletroeletrônicas, a partir da invenção do transistor em 1947, que deu origem à chamada eletrônica do silício. O transistor foi o primeiro chip informático, tecnologia que permitiu gradualmente a miniaturização e a portabilidade dos aparelhos eletrônicos. O rádio de pilhas foi o primeiro dispositivo transistorizado portátil, que foi produzido maciçamente durante toda a segunda metade do século XX.

2.1.3 – Uma revisão da história da música brasileira feita no Rio de Janeiro e em São Paulo

A escolha por uma breve revisão bibliográfica sobre a história da música do eixo Rio – São Paulo deve-se à importância destes dois polos ao desenvolvimento da Indústria Cultural brasileira. Uma força que fez por muito tempo, que essas duas cidades comandassem os gostos musicais do país, especialmente na época das emissoras de rádio de alcance nacional. E o que era consumido e produzido em Bauru não escapou desses dois polos de influência, que determinaram a “mixagem” musical brasileira desde a “era do rádio”.

São Paulo, esperamos deixar claro, exerce esta importância por causa de sua grande população e pujança econômica e, também, por ser o segundo mercado brasileiro e o maior polo cultural, artístico e tecnológico do País. O primeiro mercado é configurado

pela soma dos demais estados brasileiros. Em seu livro *Cultura Popular*, José Ramos Tinhorão afirma que entre 1870 e 1889 mais de 200 mil imigrantes aportaram em São Paulo, e não integraram o ambiente urbano que a elite tradicional ainda mantinha com ares de “vida de fazenda”. Ao contrário, esses imigrantes portugueses, italianos, espanhóis, alemães e ingleses passaram “a formar seus próprios modelos de organização social” (2001, p. 30). Tinhorão destaca que as afinidades étnicas e culturais fizeram surgir jornais em alemão e em italiano, clubes alemães e ingleses (de críquete e, depois, de futebol) escolas suíças e francesas, além das sociedades “filodramáticas” italianas e das “diversões mecânicas importadas”, como o fonógrafo de Edison e o cinematógrafo dos Lumière.

Valéria Magalhães destaca que, desde 1870 até 1920, os italianos constituíram 40% desses imigrantes, cerca de 2 milhões e meio de pessoas. A pesquisadora revela as contradições e complexidades do fenômeno migratório ítalo-brasileiro, especialmente quando fala do esforço para manter a identidade familiar após a imigração: enquanto alguns ouviam música italiana e participavam de grupos culturais italianos, muitos outros não ensinavam a língua italiana aos filhos para que estes não sofressem preconceitos (especialmente depois que o Brasil declarou guerra ao Eixo, do qual a Itália fazia parte) e se integrassem plenamente à comunidade. Magalhães afirma que houve certa “padronização de uma memória coletiva italiana”, especialmente de músicas populares napolitanas, óperas e tarantela (2013, p. 130), especialmente de artistas antigos que fizeram sucesso antes da Segunda Guerra (2013, p. 131) e de sucessos do pós-guerra (2013, p. 135).

Como a comunidade vinda da Itália não foi feita somente de pessoas que desembarcaram em São Paulo, mas de pessoas que passaram primeiro pelo interior do Estado e até pela Argentina, Vera Magalhães sustenta que, primeiro, houve uma construção do que é “ser italiano no Brasil” (2013, p. 138). Essa forma padronizada foi usada, inclusive, por programas de rádio, como o *A Hora Italiana*, até hoje no ar (2013, p. 133). Na área dos espetáculos, São Paulo já contava com apresentações de estrelas internacionais nos palcos dos elitistas “ginásios dramáticos” e nos palcos populares de teatro musicado, salões de café-concerto e pavilhões de circo. Tinhorão afirma que o aumento de tantas influências importadas, das imigrações, somadas ao grande fluxo de dinheiro que começava a circular em São Paulo, alterou significativamente o ambiente

cultural do paulistano médio. Cenário ideal para a “nascente indústria norte-americana de produtos para o lazer urbano” (TINHORÃO, 2001, p. 37). Como veremos, no começo do século XX Bauru também sofrerá essas influências, especialmente devido à ferrovia.

Falando especificamente da música popular, agora um “produto comercial”, o negócio estreia explorando a venda de partituras, depois vendendo reproduzidores de som que se sucediam, lançamento após lançamento, como a última novidade tecnológica.

Realmente, conforme comprovam os lançamentos das casas editoras de músicas de São Paulo (apenas três, desde 1863 ao início do século seguinte, nada menos que doze surgidas entre 1910 e 1928), o aparecimento do *cake-wake* [dança estadunidense saída das senzalas de escravizados para os salões aristocráticos dos Estados Unidos, Inglaterra e França] em 1903/1904 estava destinado a inaugurar uma fase de importação de novidades da música comercial americana para dançar, que se estenderia com seus *one-steps*, *two-steps*, *ragtimes* e *black-bottoms* até o fim da Primeira Guerra Mundial. (TINHORÃO, 2001, p.37).

José Ramos Tinhorão afirma que a tendência “à formação de um mercado interno para as diferentes produções culturais inauguradoras da indústria cultural de massa” ocorre entre 1927 e 1930, início da “era das gravações elétricas” no Brasil. Somente em São Paulo eram quatro fábricas de capital local: Brasilphone, Imperador, Ouvidor e Arte-Fone. E, claro, as estrangeiras, Colúmbia, Parlophon e outras. Empresas que, a partir dos anos 1950, junto a emissoras de rádio, engrossaram a produção de música caipira, de gêneros musicais importados, sambas e marchas cariocas e “até emboladas nordestinas” (2001, p. 42).

Como sabemos, enquanto durou a Primeira Guerra, entre 1914 e 1919, o Brasil afastou-se comercialmente da Europa e aproximou-se ainda mais dos E.U.A. Dessa forma, além da influência dos imigrantes e da moda parisiense, também se consumia a cultura dos estadunidenses, especialmente a elite das famílias tradicionais. Já as classes trabalhadoras começavam a “admitir suas origens”, ou seja, cultivavam o sertanejo (2001, p. 39). As *jazz-bands* e sua linguagem também americanizavam ritmos como o tango argentino, valsas europeias e sambas⁶¹.

⁶¹ Em nosso Trabalho de Conclusão de Curso, em 2003, em parceria com Cláudia Regina Paixão, fizemos um trabalho de pesquisa sobre o Samba Canção (monografia, produção de show e de programa de rádio). O gênero, nascido em 1928 nos populares Teatros de Revista, iria ser sucesso de rádio até o surgimento do Iê-iê-iê, nos anos 1960. E consistia, basicamente, de um samba de andamento mais lento acompanhado de

Tinhorão em seu livro *História Social da Música Popular Brasileira* registra que esse “momento imediatamente posterior ao fim da Primeira Grande Guerra” é o começo dessa “espécie de cooptação dos artistas populares por parte da classe média emergente e das camadas mais altas”, por seu lado exótico e algo distante dos seus contratantes. O que significava que, para serem aceitos comercialmente, esses músicos, negros, nordestinos e pobres, deveriam aproximar-se do “seu equivalente nos Estados Unidos” (1998, p. 280). Ou seja, São Paulo era, com a capital do país à época, o Rio de Janeiro, um polo produtor de cultura.

Sérgio Cabral lembra que a primeira emissora de rádio de São Paulo, a Educadora Paulista, foi inaugurada em novembro de 1923. Em julho do ano seguinte, a Rádio Clube de São Paulo. Com repertório que fazia coro com a ideia de Roquette Pinto de que o rádio colaboraria com a educação científica e com a elevação cultural: música erudita, conferências que iam de noções de higiene até astronomia e música sertaneja de Raul Torres (1996, p. 14). Mais tarde, também colaborará com a popularização da música dançante nordestina. E, depois, com Chateaubriand, será a sede das emissoras de televisão Tupi de São Paulo, em 1950, e Tupi do Rio de Janeiro, em 1951 (1996, p. 99).

Já o Rio de Janeiro foi e, para alguns ainda é, a capital cultural do Brasil. Muitos dos primeiros gêneros musicais que passaram a ser considerados nacionais, ou praticados nacionalmente, vieram de lá. No Brasil, o primeiro registro em disco ocorreu em 1902, pelas mãos do tcheco Frederico Figner, exatamente no Rio de Janeiro. O lançamento veio pela marca Zon-O-Phone, que mais tarde ficaria sob o selo Odeon, e o produto era o lundu “Isto é bom”, do intérprete Xisto Bahia (TINHORÃO, 2001, p. 145). Registramos que alguns versos dessa composição já seriam ouvidos no século XVIII em Portugal, prova da intrincada troca cultural entre Portugal e Brasil, que não nos permite dizer com certeza o que é criação brasileira e o que é portuguesa (entre elas, o próprio Fado). Porém, é interessante que a primeira gravação seja de uma fusão luso-brasileira.

Capital cultural e, à época, capital da República, no Rio também surge o Choro, convencionalmente⁶² tido como o primeiro gênero musical urbano tipicamente brasileiro

grande orquestração. Uma de suas vertentes seria fundamental para o surgimento da Bossa Nova.

⁶² Há informações sobre outras manifestações urbanas brasileiras, mas que foram apropriadas por Portugal e, até hoje, não resolvidas. Tinhorão, por exemplo, é dos defensores dessa apropriação indevida pela metrópole, não sem mencionar a falta de estudos mais aprofundados (2001, p. 125). Em nossa pesquisa de mestrado, ao enfocarmos a música caipira, sentimos falta de uma definição mais precisa do que seria um

(AMARAL JR., 2013, p. 43)⁶³. Aquele que é considerado o pai do Choro e dos chorões, Joaquim Antônio da Silva Calado era carioca, nascido em 1848 e filho de músico, um pistonista e mestre-de-banda na Sociedade Carnavalesca dos Zuavos (MELLO, 2000, p. 51). Sua carreira musical, notamos, exigia versatilidade: era um multi-instrumentista que se dedicou com mais afinco à flauta e, para sobreviver, atuava nos campos popular e erudito, tocava em bailes, em festas de família, lecionava e compunha. Zuza Homem de Mello aponta que tamanha desenvoltura garantiu reconhecimento a Calado, mas não resultou em uma vida confortável: cinco anos após sua morte (cujo enterro se deu em uma cova rasa no cemitério São João Batista), em 1880, um grupo de amigos promoveu um recital no Teatro Dom Pedro II, para comprar uma casa para a sua viúva e uma sepultura definitiva ao pioneiro chorão no cemitério de São Francisco Xavier (2000, p. 52).

Muitas dificuldades também marcaram a vida da maestrina Chiquinha Gonzaga (1847 - 1935), um ano mais velha que seu amigo e colega nas rodas de Choro Joaquim Calado: após um casamento arranjado aos 13 anos, abandonou o marido aos 18 e para sustentar o filho, dedicou-se ao ensino do piano e apresentações em festas, composições para teatro, regência de bandas e orquestras. Chiquinha foi a primeira mulher brasileira a compor músicas para carnaval e a vender partituras de porta em porta – essa atividade em especial, além de meio de sobrevivência, era uma das maneiras de ajudar a financiar a luta abolicionista (MELLO, 2000, p. 100).

Ambas as biografias desses ilustres personagens da nossa música, que hoje são reconhecidos, mas também são desconhecidos pelas as novas gerações, ilustram as dificuldades de ser um trabalhador da música popular. Chiquinha Gonzaga, por ser mulher e filha de uma relação extraconjugal de seu pai com uma negra, por divorciar-se e criar o seu filho sozinha, por casar-se novamente com uma pessoa mais nova, por optar por viver profissionalmente da música, enfim, por ser plenamente independente em uma época que as mulheres viviam submissas e totalmente dependentes dos maridos e dos homes da família, sofreu muito mais do que dificuldades financeiras. Há diversos relatos, em livros, peças de teatro e produções audiovisuais, sobre os preconceitos e humilhações

aglomerado urbano e rural.

⁶³ Seria possível, ao tratarmos sobre a música artesanal, falarmos de uma música anterior ao Choro, como a música dos circos, que Tinhorão chama de “primeiro veículo de diversão de massa do mundo moderno” (2001, p. 55) e a música dos teatros Populares, como as peças de Teatro de Revistas, cujas trupes rodavam o país e Portugal. Porém, para esta pesquisa, interessa-nos a música urbana mais próxima do começo da Indústria Cultural e a conformação dos gostos.

que ela sofreu por toda vida. E por ser abolicionista em um país de elite de rapina e escravocrata, apelava para a venda de suas partituras, provavelmente copiadas manualmente, nas portas das casas que tivessem piano, em uma época em que a música instrumental ainda reinava no Brasil.

O poeta Augusto de Campos, em seu livro *Música de Invenção*, também relata que no cenário internacional, mas ainda dentro da área da música instrumental, diversos músicos-inventores (*inventors*) enfrentaram as mesmas dificuldades dos artistas brasileiros pioneiros, para produzir e consolidar o que ele denomina música-pensamento de alto repertório. Dentro do imenso universo da música, essa cepa original seria das demonstrações de evolução “ética e estética” da música contemporânea. A estes estilistas, “santos e mártires da nova linguagem”, nada menos que “preconceitos e perseguições e, às vezes, até pobreza material e humilhações para alargar o horizonte da nossa sensibilidade e levar a indagação musical aos seus últimos limites”. Quase todos foram reconhecidos “em idade provecta” ou “*post mortem*” (CAMPOS, 1998, p. 10). Augusto de Campos, o poeta apoiador de primeira hora do Tropicalismo e crítico lítero-musical, refere-se a artistas como Schoenberg, Webern, Varèse, Cage, Berg, entre outros. Ou seja, nomes que hoje estão restritos ao exíguo espaço das raridades das quase extintas lojas de disco, dos grupos de internet altamente especializados e de estudiosos de música (e de poucas programações de emissoras de rádio e TV educativas, já que a maioria fica restrita aos músicos eruditos do período clássico e romântico). Todos são gênios ignorados e foram soterrados pela “música do passado” dos grandes mestres eruditos (1998, p. 13).

Parece-nos que, há tempos, querer ser músico é fazer parte da resistência cultural. E fazer música instrumental, seja popular ou erudita, exige fôlego ainda maior. No século XIX as dificuldades morais para os artistas eram maiores, porque a criação artística não era considerada uma profissão, a música era um passatempo, não um trabalho produtivo. Desde então, surgiu uma imensa indústria cultural tremendamente lucrativa para os grandes conglomerados de comunicação e entretenimento que exploram avidamente todos os filões comerciais que ele oferece. Para todos, a escolha por ser um artista de carreira deixou de ser considerada coisa de vagabundo.

O respeito profissional às carreiras artísticas disseminou-se socialmente com mais intensidade no XX, quando passamos a dispor de vários veículos midiáticos e a consumir música em quase todos os momentos da vida. Também surgiram outras categorias

artísticas, além dos músicos, cantores e atores de teatro e ópera, e também de circo. Estes são os artistas mais antigos, tanto das culturas humanas antigas, quanto das contemporâneas. O grande crescimento midiático havido durante todo o século XX, produziu artistas (e uma infinidade de outras funções necessárias para sustentar a produção das atrações comunicativas nos novos meios) das gravadoras musicais, do cinema, de rádio, de televisão e, a partir dos anos 1990, até de internet e de jogos eletrônicos.

O momento atual marca o início da terceira década do século XXI, e passados tanto tempo de existência dos modernos meios de comunicação, com suas presenças cada vez mais abrangentes, marcantes e importantes para a formatação das culturas individuais e sociais da atualidade; mesmo assim, ainda prosseguem as inseguranças e instabilidades pessoais para quem decide construir carreiras artísticas, para quem cisma em sobreviver integralmente de música, e também, de outras artes midiáticas.

O universo artístico, tanto o profissional, quanto o amador, sempre exigiu de músicos e cantores (além de boas performances instrumentais e vocais), o domínio de vários gêneros musicais, que transitam do erudito ao popular e do instrumental ao cantado; além de ser preciso muita disposição física e bom humor para resistir tantas exigências da plateia. Outro fato deprimente, é a pouca disposição dos contratantes de reconhecer, por meio da remuneração, os trabalhos artísticos de quem vive da música como fonte de sobrevivência. Sabemos que as ações mercantis e os interesses econômicos interferem em todos os campos das sociedades humanas tidas como civilizadas e modernas. Mas, a profissão de músico, entre as várias atividades dedicadas à produção artística, é uma das mais requeridas socialmente e continua relegada à desregulação profissional, aos contratos improvisados, à apropriação de muitas obras, sem o devido pagamento de direitos autorais e trabalhistas etc.

Um exemplo de potencial artístico da arte musical popular e coletiva, é o Samba carioca, uma vertente muito sofisticada e apreciada da cultura negra regional, que rapidamente tornou-se referência artística nacional, pela sua forte presença entre os repertórios consumidos e reverenciados pelo público brasileiro de qualquer localidade e pelos apreciadores internacionais de música brasileira. O samba carioca é, hoje, um gênero reconhecido e apreciado como música genuinamente brasileira.

Lira Neto lembra que o samba é fruto da diáspora africana, que foi forçada pelos escravizadores portugueses, que sequestraram diversos grupo étnicos para utilizar a sua força de trabalho nas lavouras coloniais de cana de açúcar, que no início da produção estavam concentradas no nordeste brasileiro. Assim, o samba foi um gênero musical que nasceu “no saracoteio dos batuques rurais” e adentrou sem pedir licença, pela a periferia dos grandes centros urbanos de outras regiões, principalmente, com a dispersão da população negra nordestina, após o final da escravidão. Muitos, ao serem excluídos da posse de alguma porção de terra, como reparação pelo longo cativo, e também do trabalho rural assalariado, que passa a ser realizado pelos emigrados europeus, partiram em busca de trabalho no Rio, a capital do País, e São Paulo, cuja cidade se industrializava, enquanto prosperava as fazendas café e criação ao longo das ferrovias que avançam pelo interior paulista. A movimentação populacional dos grupos de trabalhadores negros abriu também novas rotas para a dispersão do samba e para criar destacadas vertentes mineiras e paulistas, além do reconhecido samba carioca.

As manifestações iniciais ocorreram nos terreiros de macumba, incorporou-se aos cortejos dos ranchos, blocos e cordões, numa simbiose perfeita com o Carnaval” (NETO, 2017, p. 25). Ou como diz-nos Tinhorão, o “primeiro gênero de aceitação nacional” é o “herdeiro das chulas e dos sambas corridos vindos com os baianos migrados para a capital” (1998, p. 290). O samba provoca um caso infundável de amor e ódio que ainda existe neste país tão dividido. Há os que ainda o odeiam, como faziam os que o perseguiam no começo do século XX⁶⁴. Há também os que adoram samba, sabendo ou não o dançar apropriadamente. Racista, a perseguição ao Samba⁶⁵ foi tão grande no início que se desdobrou em vários preconceitos: contra o gênero musical, contra o instrumento preferencial, o violão, contra as festas populares etc. Como continua Lira Neto, o Samba “aos poucos foi sendo envolvido pelos códigos e engrenagens do grande mercado (...) chegou ao disco, ganhou o rádio, virou astro de cinema” (NETO, 2017, p. 25). Mas o

⁶⁴ Tivemos, em nossa vida profissional no rádio, diversas oportunidades de sentir o preconceito contra o samba e contra os ritmos convencionalmente chamados nordestinos, mesmo em emissoras educativas (que já tinham por hábito a exclusão de gêneros musicais considerados populares de suas grades).

⁶⁵ A antiga cantiga de roda “Pai Francisco”, cujo personagem é preso por portar um violão e por requebrar, um detalhe do primeiro capítulo da obra pré-modernista “O Triste Fim de Policarpo Quaresma” (1915), de Lima Barreto, em que o Major Quaresma é diminuído socialmente por ter aulas de violão (uma “malandragem”), o registro de Affonso D’E Taunay de que em São Paulo, em meados do século XVII, a polícia existia para cuidar do cárcere e vigiar “forasteiros, desertores, escravos e índios rixentos, jogadores, bebedores, bailarinos de batuques, etc.” e a proibição de danças e usos de máscaras africanas nos cortejos religiosos, registrado por Tinhorão, dão conta do preconceito existente.

preço de tamanho sucesso e longevidade foi a “domesticação dos corpos”, a “desafricanização dos espíritos”, diz Lira Neto (2017, p. 34).

Saindo do território fluminense e entrando para a zona de maior atuação bandeirante⁶⁶, sabemos que o mesmo pagamento foi exigido de outro gênero musical popular, o Sertanejo (a começar pela moda-de-viola). Desde que foi adaptada⁶⁷ ao disco por Cornélio Pires, em 1929, gerando um sucesso de vendas imprevisto, a música sertaneja, em qualquer modalidade, causava (e ainda causa) repulsa a um pequeno grupo de pessoas elitistas (LEITE, 2013, p. 24). Caldas demonstra que essa música, como produto da indústria cultural, não era nova, mas já não era folclore (CALDAS, 1979, p.85). Caiu no gosto popular e, com o rádio, foi massificada, como identificam Caldas (1979 e 1987), Catelan e Couto (2005), Lopes (1988) e Marcondes (1998), em seus respectivos trabalhos. José Ramos Tinhorão acredita que a (inicial) pouca mutação da música rural paulista deveu-se a uma “curiosa reprodução entre as camadas baixas da cidade – representadas pelos escravos e novos trabalhadores livres brancos e mestiços – das formas de lazer típicas do mundo rural” (TINHORÃO, 2001, p. 14); música e danças mais vigiadas pelo poder vigente e, talvez por falta de liberdade, menos elaboradas que as pujantes criações dos principais centros urbanos brasileiros, como Rio de Janeiro, Salvador e Recife. Há também os registros das “modas de brão” (LEITE, 2013, p. 51) que junto com as técnicas de trabalho eram passadas de geração a geração, no chamado “regime de policultura rústica” (2013, p. 49). Ou seja, o caipira estava imerso em um sistema de transferência de saberes, o que também poderia explicar a manutenção das músicas (que envolviam não somente as letras para cada estação do ano e para cada cultura plantada, mas afinação dos instrumentos, rezas, etc.).

Não era falta de oportunidades de aprendizado, o fator que manteve a música paulista quase inalterada. Afonso D’E. Taunay mostra-nos que em São Paulo, em 1657, já havia o registro de um mestre de capela em sua matriz e a possível existência de coro, acompanhado por cítara ou harpa (TAUNAY, 2004, p. 163) e, desde o início do século XIX, música militar (2004, p. 208), e, ao fim do mesmo século, 8 “professores de piano e canto e 3 de ‘música marcial”, além de um vendedor de música e perfumes (2004, p.

⁶⁶ O que Antônio Cândido chamaria de “lençol de cultura caipira”, ou seja, toda capitania de São Paulo, o que incluiria Minas Gerais, Mato Grosso, Goiás e outras áreas das Entradas e Bandeiras, até o Paraguai (LEITE, 2013, p. 47).

⁶⁷ Dizemos “adaptada” porque, ao ser gravada, a música sertaneja sofreu limitações, especialmente no número de participantes e tempo de execução. De certa forma, já pagava um preço para ser gravada.

342), o que confirma a prevalência de música profissional, religiosa e militar. Para Tinhorão, a música da elite paulista era cópia da europeia e, depois, da carioca; a música do povo era coibida. O mesmo Autor, no livro *Música Popular de Índios, Negros e Mestiços*, afirma que, diante da

impossibilidade de contar com diversões semelhantes às da população branca das camadas elevadas – teatro, bailes públicos, recepções oficiais em palácios, festas em casarões senhoriais, saraus lítero-musicais, etc. - levou os negros, mestiços e brancos das camadas mais baixas do Brasil a inventar sempre os mais variados gêneros de festas ao ar livre. (TINHORÃO, 1972, p. 161).

Autos e danças que aconteciam em pequenas cidades do país, em praças e ruas, como o “bumba-meu-boi, as cheganças e marujadas” e nas maiores e mais heterogêneas aglomerações negras do país, Bahia e Rio de Janeiro, festas “menos presas ao denominador comum cultural exigido por aquelas diversões de tipo dramático, e que exigem o prévio aprendizado de falas, versos e canções” (TINHORÃO, 1972, p. 161).

Como o Samba, o Sertanejo é mutante, adapta-se, às vezes parece hibernar por um breve inverno, às vezes troca de pele, para depois voltar a soar. Esse retorno, por vezes deu-se comercialmente, em outras, ocorreu espontaneamente, para depois ser aproveitado pelo mercado, em todo o país. Ou seja, como afirma Tinhorão, é quando “as camadas populares não participam como autores, mas apenas como compradores do produto acabado” (TINHORÃO, 2001, p. 29). Mais tarde, ao popularizar-se, pode ser encontrado em novas misturas que aparecem como vertente criativas populares, e depois tornam-se novos produtos no mercado comercial, como o funknejo, o eletronejo, o sertanejo universitário ou em outras variações.

Tinhorão, em seu livro *Os Sons que Vêm da Rua*, mostra outra força musical que caiu no gosto popular na segunda metade dos anos 1950 no Rio de Janeiro, São Paulo e na nascente Brasília: a música dançante nordestina, cujos diversos ritmos foram simplificados sob o nome de forró (2005, p. 217). E que nos anos posteriores ajudaria a consolidar um tipo de negócio bastante popular, as casas de dança para “nordestinos” (2005, p. 221) – lembrando que somente a grande São Paulo recebeu, até os anos 1970, mais de dois milhões de migrantes daquela região (2005, p. 222). Essa prática lúdica e

essa música tomam o rádio⁶⁸, o disco, na década seguinte ganha parte da classe média e nos anos 1990 funde-se a outros ritmos, ou seja, é “desnordestinizado”, vira forró eletrônico, new forró (2005, p. 224) e mais tarde, forró universitário. Como um conjunto de ritmos que se populariza posteriormente ao choro, ao samba e à música sertaneja, as novidades do nordeste que fizeram sucesso acabaram superando alguns preconceitos e também influenciando jovens compositores da classe média carioca. Cabral recorda-nos do êxito do grupo pernambucano Turunas da Mauricéia, que marcaria até a escolha de repertório de Noel Rosa e seu Bando de Tangarás (1996, p. 23).

Como o Choro, o Samba e o Sertanejo, os ritmos do forró (Xote, Baião, etc.) nascem entre os menos favorecidos, são marginalizados, mas resistem, mesmo dentro de seus subgêneros e das reapropriações comerciais.

Tradições ou linguagens musicais e coreografias mantidas no país de forma artificial? É possível, especialmente a partir de fins do século XIX e começo do XX, início da indústria cultural de massa (TINHORÃO, 2001, p. 29). Hobsbawn fala de três tipos de tradições inventadas após a Revolução Industrial que se sobrepõem:

a) aquelas que estabelecem ou simbolizam a coesão social ou as condições de admissão de um grupo ou de comunidades reais ou artificiais; b) aquelas que estabelecem ou legitimam instituições, status ou relações de autoridade; e c) aquelas cujo propósito principal é a socialização, a inculcação de ideias, sistemas de valores e padrões de comportamento. (HOBSBAWN, 1997, p. 17).

Isso explicaria a ausência de outras dezenas de ritmos genuinamente brasileiros nos meios de comunicação, que quase não são reconhecidos por nós, e a naturalização de outros gêneros, graças aos meios de comunicação – lembremos a ação de Getúlio Vargas, ao resolver a chamada questão nacional, ao usar especialmente o Samba como representação do Brasil e inventar a noção de uma nação para todos os brasileiros.

José Ramos Tinhorão acredita que a partir desse período histórico, mesmo as músicas surgidas no bojo das tradições musicais brasileiras, já se “constituíam artigos para o mercado do lazer” (TINHORÃO, 2001, p. 29). Como o nosso objeto é a música independente, fica-nos claro que essa atividade artística é a que permanece subterrânea às modas que vêm e vão (às vezes, sendo influenciada por elas), que é feita a despeito das

⁶⁸ O radialista Zé Bettio, nascido em 1926 e morto durante a escrita deste trabalho, em agosto de 2018, foi um dos que levaram os sons do nordeste para o rádio paulistano (TINHORÃO, 2005, p. 223).

pressões sociais, como vimos nos exemplos acima. Música que continua pelas mãos de brasileiros pobres, filhos de imigrantes desidentificados com sua origem (2001, p. 43) e ex-escravizados, agora trabalhadores e habitantes dos bairros pobres do país. E que ouvem o que lhes chega pelos eventos sociais disponíveis (circos e outras festas) e pelas novidades tecnológicas, o disco (muitas vezes tocado em bailes) e o rádio.

Ou seja, seu repertório deixa de ser somente familiar e passa a ser mesclado ao que é divulgado pelos produtores culturais do período (2001, p. 43). Outra mudança sensível: se até 1920 a música brasileira era majoritariamente instrumental, em pouco mais de duas décadas ela seria quase que totalmente cantada (AMARAL JR., 2013, p. 88). A voz humana domina o novo espaço sonoro pela profusão de novos artistas que são lançados pelas gravadoras, e que são divulgados pelas ondas do rádio, pelo cinema sonoro e depois, pela televisão. Assim, a música cantada se consolidou e predomina até hoje, depois da internet e de seus dispositivos com conexão portátil e audição individualizada, os cantores de todos os tempos e ritmos sempre voltam à moda.

Sabemos que mais tarde, o Estado Novo aproveitou-se muito bem da tecnologia do rádio, que se popularizara no país desde o lançamento oficial em 7 de setembro de 1922. Getúlio, ao lançar o rádio comercial, facilitou o crédito popular para aquisição dos aparelhos receptores produzidos no Brasil. Era a inclusão das massas ao projeto de industrialização e urbanização de Vargas (HAUSSEN, 1996). E o Samba foi usado como principal pano de fundo dessa história, criando-se a ideia de nação para unir o país política, cultural e economicamente – a chamada “questão brasileira”, que inquietava a intelectualidade nacional desde as primeiras décadas do século XX (MARTINS; MARTINS, 2017, p. 35).

De acordo com José Ramos Tinhorão, após os anos 1930, a nova forma de samba (mais urbana, que atraiu “eccléticos compositores profissionais da classe média”) e a “nova política” (de incentivo do comércio interno e “das potencialidades brasileiras”) convidavam os selos a investirem nas criações musicais “das camadas mais baixas”. O Autor ainda menciona a marca Brunswick, que abriu seus estúdios aos iniciantes “Carmem Miranda, Sílvio Caldas, Gastão Formenti e o grupo Bando da Lua”, “Heitor dos Prazeres”, Sinhô, entre outros (1998, p. 296). Era o cenário ideal para gravar os tanguinhos de Ernesto Nazareth e as toadas sertanejas de Marcelo Tupinambá e misturar choro com samba e canção, samba com canção, criando gêneros mais palatáveis para a

classe média. Houve, assim, uma expansão de ritmos brasileiros destinada aos moradores das cidades, que eram mais “esclarecidos e refinados”.

Sérgio Cabral destaca que essa grande expansão foi “um dos raros momentos da história da música popular brasileira”, em que a “oferta de gravação de discos aos compositores era maior que ou tão grande quanto a procura” (1996, p. 20). O mesmo autor conta que em 1927, a gravadora Odeon “introduziu nos seus estúdios no Rio de Janeiro, o sistema elétrico de gravações de discos, uma novidade surgida nos Estados Unidos em 1924”. Esta nova tecnologia de gravação era fruto da disputa tecnológica com o rádio: enquanto as emissoras ofereciam música de graça, as gravadoras ofereciam gravações com maior qualidade sonora. Interessante registrar que essa abertura para gravar vários artistas de diversos gêneros no Brasil, segundo Cabral, foi a estratégia das gravadoras multinacionais para recuperarem os prejuízos das matrizes, devido à quebra de 1929 (1996, p. 18).

Em outras palavras, a música se consolidou como “matéria-prima” de toda indústria de gravação, distribuição e emissão radiofônica. É nos anos 1930 que os compositores começam a tomar mais consciência sobre seus direitos intelectuais⁶⁹. Nesta *Belle Époque* do rádio é que surgem os grandes ídolos, os cantores e cantoras (MARTINS; MARTINS, 2017, p. 36). Profissionais que precisavam de compositores, instrumentistas e arranjadotes, normalmente anônimos, para lhes servir. Por questão de sobrevivência, muitos compositores frequentavam um bar-restaurant da Avenida Rio Branco, o Café Nice, para vender suas composições.

Há relatos de cantores que jamais tocaram qualquer instrumento e que por meros trocados, viraram compositores. Outros, compravam a parceria em músicas que gostavam, apostando no sucesso. Mas muitos compositores mal saíam da comunidade onde moravam. Cabral relata a ação dos “compropositores”, gente que se aproveitava da ingenuidade dos compositores menos esclarecidos para roubar-lhes as composições (convencendo-lhes de que as músicas não valiam nada, cujo caso mais conhecido é o de Cartola) ou pagando muito pouco por elas, para depois vendê-las por altos preços aos cantores (1996, p. 30).

⁶⁹ Sérgio Cabral também relata que a lei de pagamento de *royalties* era de autoria do então deputado riograndense Getúlio Vargas.

A exploração dessa mão de obra dedicada à arte, pouco informada sobre seus direitos, foi facilitada pelo surgimento do cinema falado. Os chamados *planeiros*⁷⁰, mais comuns quando da popularização do cinema, e outros músicos que entretinham as plateias dos cinemas, ficaram sem emprego após 1929. Segundo Sérgio Cabral, “nem o crescimento da produção de discos nem o desenvolvimento do rádio foram suficientes para absorver os instrumentistas desempregados” (1996, p. 31). Fica evidente também o aumento da potência da mensagem que vinha dos Estados Unidos, que exploravam agora um produto audiovisual completo: além de um consumo maior de discos norte-americanos, os jovens vestiam-se e penteavam-se como seus atores preferidos (1996, p. 33).

Durante os anos de 1940, era comum a estratégia de “abarrotar o mercado” com os sambas e marchas carnavalescos (CABRAL, 1996, p. 29). Os lançamentos que ocorressem fora desse período eram chamados de “música de meio de ano” e podiam mirar as festas juninas e de final de ano. Após 1940, o governo Federal incorpora a Rádio Nacional do Rio de Janeiro (HAUSSEN, 2017, p. 36), inaugurada quatro anos antes, por motivo de dívidas. Devido ao estrondoso sucesso (leia-se, apoio governamental somado a suporte publicitário), os trabalhadores da música, criadores que antes misturavam naturalmente o choro com o samba, passaram a seguir o padrão da programação da grande emissora de rádio. Nomes como Pixinguinha, Radamés Gnattali, Almirante e outros estavam no *casting* (HAUSSEN, p. 37).

Após o reinado de Pixinguinha, o músico de maior importância nesse cenário, entre 1930 e 1945, foi o maestro e compositor carioca Heitor Villa-Lobos (1887-1959). Villa-Lobos compôs as *Bachianas Brasileiras*, era considerado por Tom Jobim, o inventor do Brasil (devido a sua projeção internacional ao apresentar os ritmos brasileiros ao mundo), foi o responsável pela formulação e implementação do maior projeto pedagógico musical desenvolvido no Brasil⁷¹, atribuição feita por Getúlio Vargas. Nacionalista convicto (sem ser provinciano), são famosos seus depoimentos de quanto a seresta e os

⁷⁰ O mais célebre *planeiro*, em nossa visão, era Ernesto Nazareth, que tocava no cinema Odeon. Mas Ari Barroso tocava no cinema Íris para pagar o curso de Direito. Pixinguinha era a atração do cinema Palais (todos no Rio de Janeiro).

⁷¹ Interessante registrar que o nome deste projeto era “Formação da Consciência Musical Brasileira” (SANTOS, 2010, p. 24). Não para criar artistas ou teóricos, mas para “cultivar o gosto” e “ensinar a ouvir” (idem, p. 25).

choros cariocas, a música caipira de Minas Gerais, a barroca europeia⁷² de Bach e a música nordestina tiveram influências na formação do garoto Villa-Lobos, desde cedo estimulado a tocar vários instrumentos (SANTOS, 2010, p. 18) e a sua enorme contribuição com sua posterior pesquisa sobre temas folclóricos, em vários pontos do país (2010, p. 19). Passados vários anos, a “espinhosa missão” do compositor é considerada um marco na educação musical brasileira, que supera as tensas relações político-ideológicas entre Vargas e Villa-Lobos. Na verdade, hoje a ideia mais aceita é que a união de Vargas com Villa-Lobos significou a união entre dois projetos culturais muito similares e que era benéfica aos dois personagens, e também ao País. Heitor Villa-Lobos tinha prestígio ao voltar de um período na Europa e dava declarações enfáticas sobre sua vontade de “transformar o panorama cultural do país” (2010, p. 32). Bem ao modo modernista, Villa-Lobos harmonizava os sons nacionais de forma universal, como todo grande compositor erudito dotado de uma visão musical muito abrangente e eclética. Esse interesse da maior celebridade brasileira pela educação, que ficou desempregado ao retornar de sua temporada europeia, foi aproveitada por Getúlio Vargas para convidá-lo e incorporá-lo para participar do projeto educativo e cultural do governo federal. A participação de Villa-Lobos no governo de Vargas possibilitou, entre outras coisas, o surgimento de diversas bandas e até de orquestras, em muitas localidades brasileiras. O projeto de educação musical criado pelo grande maestro, persistiu até a década de 1970, quando foi excluído pelos ditadores militares (MARTINS; MARTINS, 2017, p. 42).

No Estado Novo, o Departamento de Imprensa e Propaganda cuidava da divulgação dos atos do regime censurando o que não agradava a Getúlio Vargas ou aos projetos de aliados do governo. Vargas, enquanto o líder da Revolução de 1930 consolidava o processo de substituição dos produtos importados por nacionais, cujo reflexo cultural mais importante é o do êxodo rural que, aos poucos transformou o Brasil rural e agroexportador, em um país mais urbano com polos industrializados estratégicos para o desenvolvimento e abastecimento do País. Fica evidente que as mudanças culturais e sociais do êxodo são, entre outros, a potencialização dos efeitos dos meios de comunicação de massa. Ou seja, é o cenário ideal à implantação da Indústria Cultura no país o que, conseqüentemente, vai possibilitar o surgimento de sucessivas modas musicais

⁷² Cremos que Villa-Lobos não teve contato com a rica composição barroca religiosa brasileira do século XVIII, fruto do trabalho do prussiano-uruguaio dr. Francisco Curt Lange, que só chegou ao país em 1958 (MEDAGLIA, 2012).

com claro intuito comercial. Segundo José Ildefonso Martins e José Pedro Martins, essas mudanças serão fundamentais para a consolidação da imagem do Brasil no exterior que perdura até hoje (2017, p. 21).

Florestan Fernandes observa que a burguesia brasileira enfrentou tripla pressão a partir da década de 1930. Havia a pressão exercida de fora para dentro, “nascida das estruturas e dinamismos do capitalismo monopolista mundial”, cuja hegemonia havia sido momentaneamente abalada pela grande e longa crise econômica internacional, que começou em 1929, com a quebra de bolsa de Novo York. Essa pressão externa pôs em risco os interesses econômicos internos e as bases de sustentação material e do poder de alguns segmentos da burguesia nativa, que foram obrigados a “costurar” internamente, um novo acordo dominante.

Dentro do país, ocorriam dois tipos distintos de pressão interna. Uma, procedente do proletariado e das massas populares, que expunha a burguesia à iminência de aceitar um novo ‘pacto social’. (...) Outra, procedente das proporções assumidas pela intervenção direta do Estado na esfera econômica. Essa intervenção nasceu da própria ‘continuidade do sistema’, nas condições de um capitalismo dependente e subdesenvolvido. (...) A experiência ensinava-lhes que o controle direto do Estado surgia como a única real garantia de autoproteção para o predatório privatismo existente. (...) O processo culminou na conquista de uma nova posição de força e de barganha, que garantiu, de um golpe, a continuidade do ‘status quo ante’ e condições materiais ou políticas para encetar a penosa fase de modernização tecnológica, de aceleração do crescimento econômico e de aprofundamento da acumulação capitalista que se inaugurava[...] (FERNANDES, 1981, p.216).

O golpe de 1930 foi o momento adequado para a parcela mais moderna dos grandes fazendeiros, industriais e comerciantes se aproveitarem do esgotamento do modelo de desenvolvimento interno e da crise que abalara seriamente os Estados Unidos e Europa, para dar um impulso definitivo, com apoio econômico e político do governo de Getúlio Vargas, à industrialização e à criação de um mercado interno. O cenário urbano-industrial diversificou-se rapidamente priorizando cada vez mais o atendimento das diversas demandas de abastecimento da população e as diferentes atividades produtivas e econômicas; também priorizando investimentos públicos em formação escolar e profissional para alimentar as demandas por mão de obra para atender, além dos trabalhos fabris, os setores especializados em funções administrativas públicas e privadas, os setores do comércio urbano nacional e internacional, e a prestação de serviços, que se expandia continuamente, com a urbanização da população.

Durante o longo governo de Getúlio Vargas, a educação pública e o rádio passaram a desempenhar papéis decisivos na ordem econômica, política e cultural nacional. A criação do Ministério da Educação, a autorização da radiodifusão comercial e o estímulo à difusão das salas de exibição de cinema sonoro ocorreram em tempos simultâneos e como parte da mesma estratégia do Estado brasileiro, a partir de 1930. O Instituto Nacional do Cinema Educativo foi idealizado em 1936, por Roquette Pinto, e serviu gente especializada na produção cinematográfica nacional, o que iria para o desenvolvimento a partir dos anos 1940, de grandes estúdios brasileiros, como Vera Cruz e Atlântida, e também contribuiria com o futuro desenvolvimento da televisão. Apesar de surgirem como peças complementares da mesma estratégia política e hegemônica das classes dominantes, a educação pública e a comunicação massiva brasileira seguiram caminhos simultâneos sem que houvesse, desde o início, uma convivência construtiva entre as duas áreas, por conta da intervenção autoritária do governo Vargas, que optou pelo uso da radiodifusão mais como recurso de propaganda do regime e de estímulo ao desenvolvimento da iniciativa privada em todas as regiões brasileiras, principalmente comercial e industrial, que como instrumento de difusão cultural e educativa. (MAGNONI, 2001, p.81).

Tinhorão afirma que esse período inicial do rádio abarcava a muitos gêneros musicais, cantores, conjuntos e orquestras brasileiras. Porém, às vésperas do ataque japonês que levou os EUA à Segunda Guerra (TINHORÃO, 1998, p. 301), a variedade deu lugar às estratégias de “conquista do público-alvo dos patrocinadores e anunciantes”, especialmente de música internacional, “mais do agrado das camadas média e alta” que podiam comprar os produtos anunciados (TINHORÃO, 2001, p. 45).

Dóris Fagundes Haussen lembra-nos que, em 1941, o Birô Interamericano do presidente estadunidense Franklin Roosevelt cumpria seu papel de estreitar laços entre o Brasil e os Estados Unidos, facilitando a ação de agências publicitárias estadunidenses no intocado mercado propagandístico brasileiro e impulsionando a rádio do Estado Novo (2017, p. 37). Hoje, sabemos os efeitos dessas empresas estrangeiras na publicidade nacional e, claro, as mudanças culturais que nos foram impostas (o famoso estilo de vida norte-americano). As orquestras profissionais daqui, por exemplo, mudaram o seu estilo e passam a tocar a “música barulhenta” das *jazz-bands*, como dizia uma matéria do jornal carioca A Notícia (AMARAL JR., 2013, p. 85). A atuação dessas orquestras estendeu-se até o interior do estado de São Paulo, especialmente entre os anos 1940 e 1970, animando bailes de formatura, de debutantes, de Carnaval, de final de ano, de aniversário das cidades, entre outros (MARTINS; MARTINS, 2017, p. 15).

Sobre isso, abrimos um parêntese: segundo Valdir Montanari, até “o século XIX, a música norte-americana não tem grandes contribuições a oferecer ao contexto universal” (MONTANARI, 2001, p. 58). De acordo com o autor, assim como o Brasil, a música estadunidense ainda guardava “resquícios da cultura europeia” (2001, p. 59). Aparentemente, durante os séculos XVIII e XIX, as pessoas escravizadas nos EUA, as africanas e os seus descendentes, prepararam a mistura da sua cultura oriunda do velhíssimo continente africano, com a cultura dos seus algozes, vinda do velho continente, que eram temperadas longamente com seu sofrimento. O resultado foi o *Ragtime* e o *Blues*. União das diversões pianísticas urbanas com o lamento rural das músicas de trabalho dos algodoais. Com o *ragtime* do Missouri, as *Worksongs* e as bandas de metais negras (também chamadas de New Orleans) e as *Dixielands* (bandas de metais brancas), ambas de Nova Orleans, começa a história do Jazz dos Estados Unidos (MONTANARI, 2001, p. 60).

Voltando ao Brasil, esses elementos formadores combinados de múltiplas formas gerarão, entre os anos 1920 e 1930, as *big bands* que influenciarão o mundo. Livres para improvisar, diferentemente das orquestras de música erudita, essas bandas animavam bailes dançantes e preenchiavam as ondas do rádio de longo alcance (que acabariam por influenciar o Brasil) (2001, p. 61). Duke Ellington, Count Basie, Benny Goodman e outros maestros mitológicos eram quase tão famosos quanto seus *crooners*, entre eles, Billie Holiday e, mais tarde, Frank Sinatra. Esse som das grandes bandas americanas atravessará as duas guerras mundiais, mas não estará mais sozinho na cena musical, tanto dentro dos Estados Unidos, quanto no cenário mundial: na década de 1940, algumas bandas já tocavam outro tipo de música rural, a *Country Music*, que mais adiante contribuirá para o surgimento do *Rhythm and Blues*; na década de 1950, será a principal matriz do *Rock’n’Roll*. Todas as vertentes muito bem amparadas pela indústria do disco, do cinema, do rádio e da televisão estadunidenses e que gerarão a música, os ídolos e a indústria *Pop* da próxima década (2001, p. 63). Essa música, ao ir para a Europa junto com os combatentes jovens e negros dos EUA, durante Segunda Guerra começará a recolonizar os colonizadores do Estados Unidos. Os ingleses ao aderirem à música negra norte-americana, e ao Rock a partir dos anos 1950, irão reescrever a história e as matrizes do principal ritmo ianque da atualidade (2001, p. 64).

Outro tipo de música que incorporou essa sonoridade feita pelos músicos dos

Estados Unidos, é o Samba-Canção, surgido em 1928. Basicamente, um samba de andamento mais lento, mais rico harmonicamente do que o Samba e que dedicava quase toda a sua poesia ao fracasso amoroso. O gênero consolida-se como um dos maiores sucessos comerciais de todos os tempos, e a sua liderança de audiência nas grades de programação só seria vencida pela Jovem-Guarda, na década de 1960, um fenômeno que retiraria a liderança de público do samba-canção, mas não ameaçaria a sua existência. O Samba-Canção é dividido em vários tipos, e são nítidas duas grandes correntes do gênero musical: a popularesca, de letras bem populares, que usava influências do bolero e que, a título de curiosidade, poderíamos dizer que Nelson Gonçalves, Dalva de Oliveira, Lupicínio Rodrigues e Nora Nei são os seus grandes expoentes. Há a segunda corrente, bastante elitizada, cuja estrutura de arranjo daria origem à Bossa-Nova, que tinha em Dolores Duran, Dick Farney, Tito Madi e Johnny Alf como alguns de seus grandes nomes⁷³. Além da importância comercial e social deste gênero saído dos Teatros de Revista, podemos afirmar que é a partir do Samba-Canção que as mulheres compositoras se consolidam na música brasileira. Além da grande pioneira Chiquinha Gonzaga, Maysa, Nara Leão, entre outras mais recentes, são tributárias dessa nova geração de pioneiras da composição musical nacional.

Nos anos 1940, além da música estadunidense, a invasão mexicana (com grande influência em alguns músicos do sertanejo e, como dissemos, dos de samba-canção ditos boleirentos), do tango argentino e a persistência da ópera rivalizam com a música brasileira (TINHORÃO, 2001, p. 46).

2.1.4 – As décadas de 1950 a 1970

A década de 1950 começa sob a hegemonia do samba-canção. Mas no final dos anos 1950, surge a Bossa Nova, nova derivação do samba, que Tinhorão atribui matriz “americana” (2001, p. 47) – polêmica que marcou por muitos anos o debate sobre a genealogia do gênero, do qual o baiano João Gilberto foi o expoente pioneiro e mais destacado internacionalmente. O assunto foi bem explorado na dissertação *Televisão e*

⁷³ A influência estadunidense é clara também pela escolha de alguns nomes artísticos, como o de Farnésio Dutra e Silva, o Dick Farney, e o de Alfredo José da Silva, o Johnny Alf. Situação que se extremará nos anos 70.

Música Popular na Década de 60: as vozes conflitantes de José Ramos Tinhorão e Augusto de Campos, de 2013, feita pela pesquisadora e produtora de TV Cláudia Regina Paixão⁷⁴. A Bossa Nova chegou para revolucionar a imagem mundial da música brasileira, numa época que a música oriunda dos Estados Unidos tinha a hegemonia mundial, tanto mercadológica, quanto de audiência.

Na metade do século XX, também as orquestras e seus maestros e arranjadores que tocavam ao vivo no rádio foram sendo substituídos pelos discos (AMARAL JR., 2013, p. 89). Os dois eventos sugerem uma diminuição do número de músicos profissionais, já que a Bossa Nova consolida a ideia da apresentação de um cantor provido apenas de um banquinho e um violão, (além da composição jazzística de voz, bateria, baixo e piano ou violão). O uso de discos nas emissoras causa demissões do *casting* orquestral, composto por músicos, maestros, arranjadores, técnicos etc.

O compositor, arranjador e pianista César Camargo Mariano afirma que, enquanto o Samba-Canção e a Bossa Nova eram produtos refinados do carioca Beco das Garrafas (antes e depois do sucesso), em São Paulo a bossa era outra: a música instrumental. Nos arredores da praça Roosevelt, da Igreja da Consolação e do Teatro Arena, bares como Baiuca, Redondo, Stardust, do hotel Cambridge e da Boate Bonsoir, nomes de artistas, como o do próprio pianista, do baixista Sabá, Moacyr Peixoto (irmão de Cauby), Theo de Barros, Walter Santos e Tereza Souza, Dick Farney, Hermeto Pascoal, Pedrinho Mattar, Walter Wanderley e outros grandes instrumentistas, todos faziam as músicas que o rádio não tocava mais (MARIANO, 2011, p. 98). Temas da *Broadway*, Choros, Sambas e *Standards* norte-americanos que tocavam nos filmes atraíam um público interessado em culinária e música refinadas.

Diferente dos jovens músicos de classe-média da Bossa Nova, os músicos paulistas, igualmente exigentes na sua produção musical, eram de origem humilde e, por vezes, na falta de trabalho, reuniam-se no Ponto dos Músicos⁷⁵, entre as esquinas das avenidas Ipiranga e São João, para serem contratados literalmente no grito pelos donos

⁷⁴ O mencionado trabalho pode ser lido em <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89387> acesso em 12 de dez. De 2018.

⁷⁵ Interessante que Walter Silva, o Pica-Pau, em seu livro Vou te Contar (2002), nota que esse ponto era o de instrumentistas considerados “do primeiro time”. Havia outro, na Praça da Sé, frequentado por outros músicos, menos requisitados (e de preço mais acessível, digamos), inventores da expressão “mandei o Lima” - desculpa usada quando faltavam aos compromissos agendados (SILVA, 2002, p. 294).

de bar que precisassem substituir um baixista ou outro instrumentista que deixara de aparecer (2011, p. 101). Tinhorão afirma que o público consumidor desse tipo de música era do mesmo perfil do carioca: gente europeizada, “a classe média paulista passou a contemplar-se no modelo norte-americano veiculado pelos anúncios das revistas, pelo cinema e pela música dos discos”, como o *cool jazz*, moda da época (TINHORÃO, 2001, p. 47). Música como distinção de classe. Gil Vaz destaca que essa inspiração gerou as inesquecíveis orquestras Tabajara, Luiz Arruda Paes, Sylvio Mazzuca, entre outras (1988, p. 43).

E por falar desse ecletismo do público e da miscelânea musical que aparece nesse período posterior ao da Segunda Guerra, os migrantes nordestinos⁷⁶, que viriam a constituir a maioria dos braços que construiriam a São Paulo industrializada, cosmopolita e metropolitana, sofrem com uma intensa discriminação musical das emissoras de rádio e de televisão, com a ausência absoluta de apresentação dos ritmos típicos de seus estados de origem. Tal carência cultural não tardaria a ser remediada com a venda dos discos de origem regional nordestina, nas grandes lojas fonográficas da capital paulista. Assim, formavam-se os guetos culturais nas periferias da cidade, lugares povoados por gente trabalhadora cuja cultura musical negra e mestiça, que era produzida e consumida pelos migrantes pobres, que não tinha o reconhecimento midiático, e também social, pelas classes dominantes paulistas. Assim, os “guetos periféricos também resistiam a imposição dos padrões midiáticos e culturais dominantes. Tinhorão afirma que o Largo da Concórdia, no Brás, era o seu “ponto de sociabilidade” (2001, p. 48). Aprofunda-se a distância cultural entre trabalhadores e os grupos elitizados, gente “chique” com seus carros novos e frequentadores de bairros de lazer caro.

A década de 1960 foi marcada pela diluição do rock britânico em versões românticas, e algumas músicas mais agitadas, numa versão brasileira que se chamou Jovem Guarda. Segundo Montanari, o Rock passou por uma “revolução”, a partir dos anos 1967 (MONTANARI, 2001, p. 66). O Rock, digamos, repaginado era intelectualizado, rebelde, experimental, alternativo e popular, o ritmo ganhou a juventude

⁷⁶ A denominação “nordestino” surge na contramão do nacionalismo vigente após a década de 1920 e é reforçada por Getúlio Vargas, num tipo de regionalismo que buscava um contraste à pujança de São Paulo: o anterior e indefinido norte passaria a ser dividido, surgindo o nordeste e uma série de estereótipos: vegetação desértica, clima árido, o cangaço, o messianismo, o coronelismo, a pobreza, os tipos humanos saídos de Os Sertões; eram o oposto aos europeus paulistas, que escondiam seus antepassados os negros e indígenas (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 61).

e até alguns movimentos sociais “alternativos” da Europa e, claro, no Brasil. Não é demais reafirmar que, além da releitura mais popular feita pela Jovem Guarda, mais tarde o Rock também influenciou a Tropicália, o Clube da Esquina e diversas cenas alternativas, *undergrounds* e Pops dos anos 1980 e 1990. Porém, é nos anos 1960 que o modelo de negócio da indústria cultural simbólica brasileira, e de bens de consumo material, se consolida definitivamente: cinema, rádio e TV vendem discos, calças jeans (além de uma série de outras peças de roupa), penteados, gibis e cigarros (TINHORÃO, 2001, p. 51). Época também de universitários, dando sequência à sofisticação da Bossa Nova, abraçarem a MPB – rótulo usado para separar a música “alienada”, de Roberto Carlos e de seus amigos, da nova música nacionalista de letras mais refinadas, de Chico Buarque, Edu Lobo e outros autores e intérpretes (2001, p. 53).

Na década de 1970, os músicos sertanejos, tais como Sérgio Reis, junto com Tonico e Tinoco, Pedro Bento e Zé da Estrada, faziam peregrinações nos circos e festas religiosas para poder sobreviver. Como nos diz Angelo Iacocca, em seu livro *Ponto Chic*: um bar na história de São Paulo (2011, p.145), o famoso bar onde foi criado o sanduíche Bauru era o ponto de reunião de “proprietários, empresários e artistas de circo para marcar as datas dos espetáculos e realizar contratações, inclusive de duplas de música sertaneja”. Músicas que conviveram com as influências da contracultura, o som da viola caipira, dos pífanos de Caruaru, do samba, da música erudita e das guitarras faziam sucesso com a Tropicália, surgida poucos anos antes (TINHORÃO, 2001, p. 53).

Segundo Laerte Fernandes de Oliveira, 1970 é um período de “grande crescimento do mercado fonográfico” (2002, p. 39). Segundo Gil Vaz, um projeto de 1972, do cantor e compositor Sérgio Ricardo, chamado “Disco de Bolso”, do jornal do Pasquim, é reclamado pelo Pesquisador Sérgio Cabral como o empreendimento pioneiro da viabilização de músicos independentes – com apenas dois discos lançados, os compactos seguiam a lógica lado A, artista conhecido, e lado B, artista desconhecido. No primeiro, Tom Jobim lançara João Bosco e no segundo e derradeiro, Caetano Veloso lançara Fagner (VAZ, 1988, p. 17). Nesta mesma época, ainda segundo Vaz, a revista *Som do Sertão*, buscou “fazer justiça a Cornélio Pires” e seu empreendimento de 1929, junto a diversas outras iniciativas que deixaram claro que havia espaço para um mercado de músicas independentes (1998, p. 18). Vaz lembra-nos que, graças a Paulinho da Viola, o choro é retomado nesta década (1998, p. 43). Lembramos também dos trios instrumentais, tais

como o Zimbo Trio (e todo o trabalho dos irmãos bauruenses, os Godoy⁷⁷, da Escola Clam), bem como Jongo Trio, Tamba Trio, Terra e outros (VAZ, 1988, p. 43). Nesta década também, surgem vários artistas e grupos instrumentais independentes, como Victor Assis Brasil e o grupo Pau Brasil, fruto dos vários festivais de jazz e música erudita contemporânea ocorridos no eixo Rio-São Paulo (1998, p. 44). Como veremos mais adiante, um período em que as formas de registro e divulgação de músicos que não tinham espaço nos meios de comunicação ficam mais acessíveis, como registrado por Gil Vaz sobre o pioneirismo de Antônio Adolfo em se autoproduzir (1988, p. 14). Em um tempo em que ser realmente popular, como os veteranos Waldick Soriano, Orlando Silva, os sertanejos e os estreantes dos anos 1970, como Odair José, Sidney Magal, entre outros, eram abertamente discriminados (SILVA, p. 186).

Sobre as décadas de 1970 e de 1960, Eduardo Vicente e Rosana de Lima Soares nos lembram da importância do surgimento e da afirmação da música negra brasileira. Nomes de artistas cariocas como os de Wilson Simonal, Jorge Ben, Tim Maia, Tony Tornado e outros começam a importar influências afro-centro-norte-americanas (*soul*, *reggae* e *funk*) que comporão uma *blackmusic* brasileira (SÁ et al, 2015, p. 233). Junto a estes precursores negros, Hyldon, Sandrá de Sá, Carlos Daffé, Cassiano, Gerson King Combo, Lady Zu, a Banda Black Rio e até Gilberto Gil, que atravessarão os anos 1980 e 1990 influenciando outros artistas nacionais que valorizam a sua identidade negra. Neste período, e também no Rio de Janeiro, que os pesquisadores apontam para o surgimento do Funk Carioca, tão perseguido quanto célebre, em duas décadas adiante (SÁ et al, 2015, p. 237). Isso, sem mencionar a influência das novelas e da música americana, que levou vários músicos a adotarem nomes em inglês e a cantarem músicas românticas também em inglês⁷⁸.

Michel Chion nos lembra que a popularização da fita magnética, inventada na década de 1950 (CHION, 1994, p. 43), atingirá seu pico entre fins dos anos 1960 para 1970, indo parar nos automóveis. Isso permitiu que as pessoas fizessem seus “próprios programas” (1994, p. 45). Além da popularização da tecnologia de cópia, soma-se à

⁷⁷ Amilton, Adilson e Amilson Godoy, nasceram em uma família musical, cujo pai era violinista e a mãe dirigente de coral. Foram alunos dos professores Nida Marchioni, Ilza Antunes Araújo, Meire Raal (ou Rahal) e Efísio Aneda, em Bauru, e formaram em São Paulo a escola CLAM de Música. Tocaram com diversos grandes nomes da música popular e formaram outros músicos de importância.

⁷⁸ Detalhes de alguns nomes em <https://vejasp.abril.com.br/blog/memoria/15-artistas-brasileiros-que-cantavam-em-ingles-nos-anos-70/> acesso em março de 2020.

insatisfação de alguns artistas, e de poucos grupos, a chamada “interiorização da indústria”, como a chamou Eduardo Vicente: mesmo não participando de um movimento de resistência política à nova fase da indústria do disco, muitos artistas se dispuseram a sair das gravadoras (casos de Emilinha Borba e do já citado Antônio Adolfo) e outros, independentes, foram convidados a entrar (como o grupo Boca Livre) (2006, p. 5).

Um dos grupos que, de certa forma personificaram a ideia de que havia movimento independente coeso, segundo Eduardo Vicente (2006) e Laerte Fernandes de Oliveira, que o estudou, foi o do teatro paulista Lira Paulistana, surgido em fins dos anos 1970. Local que reunia a chamada Vanguarda Paulista, influenciada pela Tropicália e pela contracultura *hippie* em plena Vila Madalena (2002, p. 49): Itamar Assumpção, Ná Ozzetti, Arrigo Barnabé, Vânia Bastos, Premê, Eduardo Gudin, etc. Um palco que, como veremos, abrigará alguns roqueiros paulistanos que se destacarão nos anos 1980, como Ultraje a Rigor, Titãs e Ratos de Porão (2002, p. 36).

Segundo Vicente, a década de 1970 marca a “crescente segmentação do público”, o que leva a uma busca de novos artistas e novos nichos de mercado a serem explorados pelas *majors*, agindo em sintonia com projetos independentes. É o que veremos na próxima seção.

2.1.5 – Décadas de 1980 e 1990

Gil Nuno Vaz, em seu livro *História da Música Independente*, mira o início dos anos 1980, quando diversos artistas nacionais começam a buscar uma alternativa à indústria do disco. Basicamente, Vaz descreve o que seria mais comumente identificado como música independente, ou *indie music* (no sentido do que está à margem do *mainstream*). As críticas ao modelo de negócio, que buscava transformar a genialidade do artista em mera *commodity*, já ocorriam há anos⁷⁹. Vaz começa pela Lira Paulista, que

⁷⁹Gil Vaz traz a reclamação de Chico Buarque, ao voltar do exílio em 1974, que “a televisão organizara-se de tal modo que passaram a predominar certas regras para se fazer sucesso, restringindo as oportunidades para os novos valores” (VAZ, 1988, p. 20). Citamos o que é considerada a última entrevista de Elis Regina, em 5 de janeiro de 1982 (14 dias antes de sua morte, portanto), no programa Jogo da Verdade, apresentado por Salomão Esper. A partir dos 7 minutos, ela descreve as dificuldades de se fazer um disco àquela época e o que chama de “prepotência” dos que decidem os rumos do artista do conforto de seus escritórios. Disponível em <https://youtu.be/YnAyyho01PM> acesso em 10 de março de 2019.

abrigou diversos artistas que marcaram época, como Itamar Assumpção, Arrigo Barnabé, Ná Ozzetti e seu irmão Dante, Premeditando o Breque (depois Premê), Vânia Bastos, Tetê Espíndola entre outros que já exibiam sua arte em festivais, especialmente os da Rádio e Televisão Cultura, da TV Tupi e da TV Globo, em 1978, 1979 e 1981, respectivamente (1988, p. 7). Como ocorria com muitos artistas considerados *indies*, logo houve o interesse pelo som do grupo por parte de uma gravadora, ou braço de alguma *major*, e neste caso, a interessada foi a gravadora nacional Copacabana (1988, p. 8). Isso porque havia público para o *underground*, ou para uma renovação, nos moldes tropicalistas, da chamada MPB.

Há no livro, inclusive, as opiniões de artistas entrevistados sobre o termo “música independente”, o que levantou um pequeno debate sobre a inexatidão do termo e propostas para descrever mais apropriadamente as ações desses produtores. Assim, Gil Vaz procura descrever mais precisamente o fenômeno da produção musical independente, que “seria caracterizado por uma ideologia de produção, e não por critérios estéticos”. Afinal, percebem o autor e os artistas entrevistados, uma “gravadora não recusa um trabalho artístico por ser novo, revolucionário, medíocre ou ruim. O julgamento é feito em termos de perspectivas de aceitação e popularidade, dentro dos segmentos de público visados, e o retorno que o investimento proporcionará” (1988, p. 13). E, além disso, uma atitude natural do artista em proteger sua criação somada a uma “natural aspiração aos meios de produção” em “diferentes níveis” (1988, p. 14):

O primeiro desses níveis, que seria o independente propriamente dito, é uma situação em que o músico (intérprete, compositor, grupo) assume integralmente as responsabilidades e os custos envolvidos. Tem assim uma *atuação autônoma*, sem vinculações que impliquem subordinação. É a postura em que se enquadra a atitude de Antônio Adolfo, ao criar selo próprio (Artesanal) para produzir o seu primeiro disco independente (*Feito em Casa*). (VAZ, 1988, p. 14, grifos do autor).

Antônio Adolfo⁸⁰ é considerado o primeiro artista a se rebelar contra os ditames das gravadoras, ao fundar seu selo, o Artesanal, para dar continuidade a sua carreira, que já tinha êxito nacional e internacional, desde que acompanhava na década de 1960 nomes destacados na Bossa Nova, até desenvolver uma carreira solo como compositor e instrumentista. Modelo que nos anos 1990, inspiraria Ivan Lins (Velas) e nos 2000,

⁸⁰ Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Antonio_Adolfo acesso em 10 de março de 2019.

incitaria Djavan (Luanda Records), Milton Nascimento (Nascimento Música), Flávio Venturini (Trilhos), Maria Bethânia (Quitanda) e outros a criarem seus próprios selos.

Continua Vaz:

Um segundo nível de dependência seria a associação cooperativa, a reunião de artistas interessados em desenvolver uma estrutura que atenda às necessidades de cada um, facilitando a consecução de atividades dificilmente realizáveis de forma isolada. (VAZ, 1988, p. 15).

O pesquisador cita a COOMUSA (Cooperativa Mista dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro), criada em 1980, e a APID (Associação dos Produtores Independentes de Disco), de 1982. O professor Eduardo Vicente afirma que havia um departamento dentro da COOMUSA para a produção de discos independentes que sofreu com diversas críticas pela sua ineficiência para atender a tantos artistas independentes surgidos no período (2006, p. 6). Ainda, de acordo com Vicente, esse foi um dos motivos da criação da APID. Hoje existem várias iniciativas similares, como a ABMI (Associação Brasileira dos Músicos Independentes), que trabalham com a capacitação do músico, abertura de mercados, etc.

E, finalmente, Gil Vaz descreve o terceiro nível de dependência, no qual “o músico manteria uma relação comercial com o produtor fonográfico na baseada negociação de condições”. Ele cita os casos dos grupos Lira Paulistana, “Som da Gente e de outras produtoras que se estabeleceram para desenvolver esse mercado fonográfico alternativo” (1988, p. 15). “Daí para frente”, segue Vaz, “a relação músico-produtora caminharia para a vinculação trabalhista, de contratação profissional, como ocorre com as gravadoras de grande porte” (1988, p. 16). Um modelo que, anos mais tarde, financiaria a geração de rock independente dos anos 1990.

Trazendo novamente a percepção de Michel Chion sobre os impactos da tecnologia nos anos 1980, o musicólogo destaca o *walkman*, da Sony, como um “acontecimento cultural”:

Talvez seja simplesmente a continuação da rádio individual e represente um acontecimento mais sociológico que musical; não criou, ao contrário de outros suportes, uma nova cultura. Tornou-se o símbolo da solidão na multidão, e concretiza à letra e expressão “ter música na cabeça”. (CHION, 1994, p. 45).

Em nossa visão, um dado que pode ser adicionado ao momento de explosão de nichos musicais no país e no mundo e que, de certa maneira, também demonstra a incapacidade das indústrias fonográfica e de radiodifusão darem conta da diversidade musical que existe no Brasil e no mundo. Chion chega a afirmar que a mudança na maneira em que passamos a abordar a música em nossos dias, em um movimento de individualização profundo, pode ser demonstrado também com a regulação do áudio por parte dos ouvintes. Diz ele:

Um qualquer utilizador, munido de um amplificador ou de um leitor, pode reforçar os baixos e os agudos da música que quer ouvir, pela simples ação sobre um botão ou cursor, ou com a ajuda de um “nivelador de frequências”. Do mesmo modo, pode agir sobre a intensidade sem alterar o espectro de frequência, etc. (CHION, 1994, p. 53).

Além desse aspecto que ele chama de “síntese eletrônica do som”, os anos 1980 também possibilitaram o acesso a “alto-falantes nítidos e precisos”, o que permitiu que a música desse período oferecesse “um som muito articulado, localizado e isolado”, mais próximo do som “duro” digital – oposto do som feito nos anos 1970, que seria retomado na década de 1990 (1994, p. 55). Além de melhor acesso aos equipamentos e discos mais baratos, há no Brasil do final dos anos 1970, a confecção de clipes musicais de artistas consagrados pela TV, nomeadamente, a Rede Globo. Aline Rochedo afirma que a “partir de 1981, algumas produtoras independentes passaram a produzir vídeos musicais procurando se diferenciar do padrão estabelecido pela emissora” (ROCHEDO, 2011, p. 81), bem como outras emissoras.

Essa melhora no acesso aos produtos midiáticos, cada vez mais bem-acabados, e na economia do país continuarão até o momento atual. A popularização de equipamentos, tecnologias e produções possibilitou, como dissemos, algumas evoluções daquilo que ocorria nos anos 1970. Assim, como vimos, podemos dizer que a Vanguarda Paulistana seria uma sequência mais *hippie* da Tropicália, porém igualmente antropofágica.

Outro exemplo é o Movimento Rock, que entre nós, se desdobrou em vários braços tornando-se um dos símbolos musicais dos anos 1980. Vindo dos EUA e popularizado pela Inglaterra, o Brasil teve sua primeira composição do gênero Rock gravada pela cantora de samba-canção Nora Ney, que deu início a uma sequência de

gravações e de versões brasileiras para sucessos comerciais internacionais⁸¹ – veja o caso de Celly Campello, por exemplo (ROCHEDO, 2011, p. 22). Mas foi entre os artistas da Jovem Guarda que houve a popularização e consagração do Rock no Brasil, especialmente entre os jovens dos anos 1960. Segundo a pesquisadora Aline Rochedo, o Rock foi o primeiro movimento musical brasileiro a “utilizar atividade de marketing como estratégia para divulgação do produto musical” (ROCHEDO, 2011, p. 22).

Apesar da falta de reflexão política que a Jovem Guarda apresentava aos atos repressivos da ditadura militar, os jovens dos anos 1980 não deixavam a irreverência e a alegria típicas do gênero, sem algumas críticas sociais e políticas. Provavelmente devido aos movimentos e artistas internacionais (Punk, Psicodélico e Folk e nomes como Jimmy Hendrix, Bob Dylan, entre outros) que já podiam ser ouvidos por aqui. Também havia outros movimentos, grupos e artistas brasileiros que se utilizaram do Rock como influência, e que sofreram tentativas de censura por diversos segmentos da sociedade (ditadura, igrejas, etc.), tais como o Punk brasileiro, o Tropicalismo e o Clube da Esquina, os grupos Novos Baianos, Secos e Molhados e O Terço, e Rita Lee e Raul Seixas, para ficarmos nos exemplos de artistas mais notórios. Assim, nos anos 1980, o Rock Brasil se consolida como um produto midiático:

A partir dos anos de 1980, mais precisamente 1982, a imprensa começa a divulgar o movimento punk. Neste período, os grupos punks existentes já tinham conquistado um público fiel, códigos próprios, letras e roupas. Nesta época, existiam mais de 20 bandas na periferia de São Paulo, várias outras no Rio e em Brasília. (ROCHEDO, 2011, p. 29).

Muitos grupos de jovens, da periferia e de bairros nobres, vão aproveitar essas influências para fazer um som próprio, já com identidade bem brasileira, como Titãs, Ratos de Porão, Ultraje a Rigor, Cólera, Inocentes, Legião Urbana, Barão Vermelho entre outros. Após o grande êxito do que viria a ser o Pop Rock brasileiro, o rock permaneceu vivo e palpitante na cena independente dos anos 1990.

Outro destaque das diversas popularizações neste período, já em fins dos anos

⁸¹Nora Ney gravou, em 1955 pela Continental, *Rock Around the Clock*, composição de Max C. Freedman e James E. Myers que foi sucesso de Bill Haley and His Comets, Celly Campello se tornou sucesso, em 1959, com Estúpido Cupido, versão de Fred Jorge para *Stupid Cupid*, de Neil Sedaka e Howard Greenfield; e em 1960, Banho de Lua, outra versão de Fred Jorge para *Tintarella di Luna*, composição de Franco Migliacci e de Bruno De Filippi.

1980 e começo dos anos 1990, é a propagação nacional da Lambada, um ritmo bem dançante surgido no Pará, e que tinha claras influências dos ritmos caribenhos. A pesquisadora Laisa Epifânio Lopes afirma que o ritmo da Lambada era o Merengue, mas foi um radialista da cidade de Belém que passou a chamá-la assim. Para ela, além da força do rádio, Belém foi o nascedouro do ritmo devido a três fatores: a) surgimento de um selo de disco chamado Mocambo, surgido nos anos 1960; b) ação dos “sonoros”, que eram serviços de alto-falantes publicitários que propagavam música entre os intervalos das propagandas, e que surgiram na década de 1950 (2017, p. 2) – a esse sistema de publicidade, também se atribui a popularização do brega –; e c) do comércio de discos trazidos por navios vindos de países da América Central aportados em Belém (2017, p. 4). A popularização dos toca-discos e LPs entre as camadas mais pobres da população é um dos fatores desse sucesso (2017, p. 3), situação apoiada pela gravadora Continental, através do selo especializado em música popular Chantecler, que produzia discos desde fins dos anos 1970 (2017, p. 6); mais tarde, o selo local Gravason uniu-se à Polygram, com o intuito de nacionalizar a lambada, chegando à TV Globo (2017, p. 7).

Consolidando alguns nichos musicais como produtos altamente lucrativos, os anos 1980 foram palco das chamadas *boybands*, para os adolescentes (influenciados por grupos como o porto-riquenho Menudos, surgido em 1977, e *New Kids On The Block*, surgido em 1986 nos Estados Unidos); outros aproveitaram os sucessos de programas infantis para lançarem artistas e músicas específicas a essa público; e, ainda, houve o sucesso de cantores ou duplas que exploravam os *hits* românticos (brega, sertanejo, baladas), além da MPB e do Samba (SANTOS, 2018, p. 27). Por exemplo, crianças e adolescentes puderam ouvir Dominó, Polegar, Xuxa e As Paquitas, Trem da Alegria, Balão Mágico, etc.; o público adulto teve acesso ao som de artistas como Wando, Sidney Magal, Chitãozinho e Xororó, Cátia e diversos outros que gravaram as composições de Michael Sullivan e Paulo Massadas, José Augusto⁸² e de outros chamados de fazedores de *hits*. Segundo Santos, os sons desse período vão voltar na forma de *revival* em festas e coletâneas de CDs e DVDs nos anos 2000 (SANTOS, 2018, p. 17).

Como vimos, é nos anos 1990 que ocorre aquilo que já adiantamos no texto e que

⁸²José Augusto e Paulo Sérgio Valle criaram em 1989 o *hit* Evidências, gravado em português, inglês e espanhol, tornou-se uma música de sucesso internacional, com mais de 80 regravações. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Evid%C3%A2ncias_\(can%C3%A7%C3%A3o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Evid%C3%A2ncias_(can%C3%A7%C3%A3o)) acesso em novembro de 2019.

Vicente chama de segundo momento de grande articulação do mercado de música independente no Brasil. Uma diversidade de gêneros, artistas e até de temas muito grandes. Eduardo Vicente resume:

Nesse sentido, acho possível considerar que o projeto independente dos anos 80 esteve, num certo sentido, adiante das condições materiais que, nos anos 90, possibilitariam a sua definitiva implementação. O período de relativa estabilidade econômica do início do Plano Real e a dramática redução dos custos de produção oferecida pelas tecnologias digitais teriam um importante papel nesse processo, assim como a estratégia de terceirização da produção então adotada pelas grandes gravadoras. (VICENTE, 2006, p. 8)

Isso levou, por exemplo, a um aumento da terceirização de estúdios, tanto pelas grandes gravadoras quanto por artistas que lideravam e geriam os seus próprios projetos. À indústria tradicional do disco fica cada vez mais difícil optar por projetos artísticos próprios, preferindo o que já estava em voga nos últimos anos dos anos 1980: a versão romântica do pop e do sertanejo e alguns nomes que fossem considerados “campeões” de venda (VICENTE, 2006, p. 9). Alguns artistas consagrados optaram por abrir seus próprios selos.

Algumas *majors*, por outro lado, fizeram selos alternativos para prospectar novos talentos. Como foi o caso do rock dos anos 1990, que trouxe à baila toda a chamada geração de 1994: Skank, CPM22, Raimundos, e outros grupos roqueiros.

2.1.6 – Dos anos 2000 até hoje

A partir dos anos 2000 a evolução da internet de banda larga, a maior disponibilidade de serviços de conexão, e a constante evolução das tecnologias de streaming, além do início da rede portátil com o desenvolvimento das primeiras gerações de smartphones, são fatores que possibilitaram o aprofundamento dos nichos de produção independentes, que também começou a experimentar o consumo musical em dispositivos digitais *online* ou por sistemas de armazenamento de arquivos. Como já adiantamos, representou um terceiro momento muito rico para o setor independente no Brasil, cujas configurações de mercado e audiência, persistem até hoje. Como nos diz Santos:

A popularização da rede mundial de computadores durante a década de 2000

a fez tornar-se um eficiente canal de comunicação, permitindo que artistas que não conseguiam se posicionar mais no mercado – ou tendo muitas dificuldades para isso –, pudessem mostrar que estavam ativos, disponíveis para shows a até lançando novos trabalhos, muitos deles de modo independente. Nesse momento, a internet possibilitou escapar do bloqueio dos canais de divulgação controlados pelas grandes gravadoras, visto que, fora delas, era muito difícil para os artistas divulgarem seus trabalhos e muitos viviam o drama de não mais interessar às companhias fonográficas. (SANTOS, 2018, p. 28).

Após os problemas com a pirataria, diminuição na compra de fonogramas e, como nos lembra De Marchi, a emergência de uma “nova modalidade de consumo” (2016, p. 166), a indústria fonográfica se reestruturou entre os anos 1990 e 2000 (DE MARCHI, 2016, p. 168). Segundo o pesquisador, o período dos anos 2000 “poderia ter sido um ponto de inflexão na história da indústria fonográfica do país” (2016, p. 169). Ele continua:

Pela primeira vez em sua trajetória, a mudança tecnológica dessa indústria não foi introduzida e controlada pelos agentes dominantes do mercado, notadamente, as grandes gravadoras multinacionais, e ainda se colocou em questão a legitimidade social de diversas instituições desse campo, como os discos físicos, os preços praticados pelas gravadoras, as lojas revendedoras, a importância dos meios de comunicação de massa para divulgação dos produtos e até mesmo a lei de direitos autorais, pois diversos produtores de conteúdo (artistas autônomos e microgravadoras) disponibilizaram deliberadamente seus fonogramas de forma gratuita na internet, valendo-se das Licenças Públicas Gerais (LPG). Diante da paralisia dos tradicionais agentes da indústria em relação ao mercado fonográfico digital, criou-se uma real oportunidade de se desfazer a estrutura social do mercado de discos físicos e de se desenvolver um modelo brasileiro de comércio fonográfico digital. (DE MARCHI, 2016, p. 169).

Em seus estudos, o professor Leonardo De Marchi descreve a mudança no comércio de fonogramas brasileiro (de 2006 a 2009), incluindo o comércio de arquivos digitais, assinaturas dos serviços de transmissão de música (2016, p. 169), cenário consolidado nos dias de hoje, mesmo considerando as aplicações digitais com versões gratuitas. A América Latina, segundo o relatório da IFPI de abril de 2019 (dados de 2018) apresentou o maior crescimento no rendimento de músicas gravadas pelo quarto ano consecutivo⁸³. Além do crescimento, o mercado digital apresentou um volume maior de negócios em assinaturas do que em *downloads* e, em geral, maior do que o mercado físico, em queda em todo o globo, exceto no Japão, na Coreia do Sul e na Índia. Em números, o

⁸³Disponível em <https://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2019> e em <https://promusicabr.org.br/wp-content/uploads/2019/04/release-brasil-GMR2019-e-mercado-brasileiro-2018.pdf> acesso em janeiro de 2020.

mercado digital faturou em sua totalidade, mais de 11 bilhões de dólares; os suportes físicos arrecadaram um pouco menos de 5 bilhões. Já o mercado brasileiro movimentou quase 300 milhões de dólares em 2018, com um crescimento atribuído aos produtos digitais, que movimentou mais de 70% desse volume. Pelo segundo ano consecutivo, o *streaming* ficou responsável pela maior parte da distribuição de conteúdos.

No relatório da Pró-Música, os campeões de vendagem são os cantores de Funk Carioca e de Sertanejo universitário (ou a fusão dos dois em funknejo), com poucos exemplares de música Pop Nacional e Internacional. Os outros ritmos em que atuam os músicos de Bauru, e que pesquisamos aqui, não constam do relatório de 200 sucessos. Também fazem frente às listas de maiores arrecadadores de direitos autorais que utilizamos no início desta pesquisa. Como o rádio e a TV nunca deram conta de mostrar todos os ritmos brasileiros, os recortes das pesquisas também deixam fora de seus relatórios, muito elementos da realidade musical brasileira, àquelas criações que sobrevivem em nichos e circuitos paralelos de difusão e de consumo musical.

Todo o esforço dos grandes pesquisadores, que aqui citamos, para retratarem o cenário hegemônico do mercado do eixo Rio – São Paulo e o cenário da música independente do seu entorno, deixa claro que há uma relação entre cordial, e também conveniente, entre *majors* e *indies* (VICENTE, 2006, p. 10). Na próxima parte deste capítulo, buscaremos relatar a história da música em Bauru, ou seja, um pouco sobre a situação dos que, ao invés de irem para os grandes centros, resolveram ficar aqui no interior de São Paulo, uma decisão que aumenta a distância dos independentes interioranos, com o mercado majoritário de música e de mídia.

2.2 – Em Bauru

Em nossa dissertação de mestrado, ao falarmos sobre a comunicação popular no rádio realizada por um programa de modas-de-violão, já lembrávamos que, à época da colonização do Brasil, os europeus se utilizavam da música em seu projeto de cristianização e de unificação cultural do novo mundo, que era feito pela igreja Católica. Os jesuítas que estiveram por aqui nos séculos XVI, XVII e até meados do XVIII (até serem expulsos em 1767), não usavam somente o latim para converter as almas dos

indígenas, mas a língua de seu público-alvo misturada ao latim. O pesquisador e professor do Instituto de Artes da UNESP Paulo Castagna, em um dos roteiros do programa "Alma Latina: música das Américas sob domínio Europeu"⁸⁴ para a Cultura FM de São Paulo, em 2012, mostra-nos traços da música europeia na atual música guarani (indígenas presentes do Paraguai até o litoral do Rio de Janeiro). Castagna demonstra que no período de catequização, em face do extermínio iminente, muitos indígenas preferiram o catecismo católico à arriscada fuga do cativeiro imposto pelos bandeirantes (LEITE, 2013, p. 56).

Logo após a expulsão dos jesuítas por bandeirantes e trabalhadores livres (que prepararam os territórios para o baronato grileiro), as atividades musicais continuaram. Eventos sociais, contrariando as ideias de um homem livre (um caipira mestiço de branco e índio) e de sua família que viviam isolados, sempre existiram, inclusive durante a lida (LEITE, 2013, p. 50). Não somente técnicas de trabalho e inovações tecnológicas, mas também manifestações religiosas e culturais, tais como danças, instrumentos, ritmos e canções foram adaptados à realidade dos colonos, resultando no que chamaríamos mais tarde de música caipira (2013, p. 52).

As contribuições musicais da herança musical nacional não foram somente europeias, mas indígenas e africanas, além das incorporações trazidas por forasteiros e curiosos que estavam de passagem. Hoje sabemos que as criações musicais brasileiras, bem como a prática e o ensino de música, estão ligadas à criação de centros urbanos: fruto não somente dos eventos (religiosos ou não) das comunidades, mas de seus grupamentos militares e dos teatros e circos. Durante a corrida do ouro, em Minas Gerais, muitos instrumentos, partituras e professores de música foram importados de Portugal, o que gerou músicos de altíssimo nível e autores de música sacra. Nomes como Lobo de Mesquita, Marcos Coelho Netto, Francisco Gomes da Rocha e Ignácio Parreiras Neves, até pouco tempo, eram desconhecidos até dos músicos brasileiros. O resgate de contribuições tão preciosas para a história da música nacional foram produtos da pesquisa feita pela curiosidade, mãos e bolsos de um único pesquisador, o prussiano Francisco Curt Lange, que não recebeu auxílio do governo brasileiro (MEDAGLIA, 2012).

Com a chegada dos africanos escravizados, os brancos daqui qualificavam

⁸⁴ Os roteiros completos ainda podem ser lidos pelo sítio eletrônico:
<https://archive.org/details/AlmaLatina-RoteirosCompleto/page/n0> acesso em 14 de outubro de 2018.

rudemente suas danças e ritmos de batuques, cujas umbigadas causavam espanto. Como afirma Lira Neto

Dessas rodas ancestrais de batuque derivaram os principais ritmos e danças rurais identificáveis nos mais diferentes confins do país. Do jongo do Sudeste à embolada nordestina, do tambor de crioula maranhense às chulas do Recôncavo Baiano, do bambelô potiguar ao coco de praia cearense, todos parecem ter bebido da mesma fonte original. Em comum entre eles, além da eventual troca de umbigadas, o acompanhamento de palmas ritmadas, a percussão intensa dos tambores e o padrão característico do canto responsorial – o solista entoa versos, por vezes improvisados, seguido pelo estribilho fixo, em forma de coro. (NETO, 2017, p. 39).

São manifestações musicais coletivas e populares que “antropofagicamente” se aproveitaram de festividades e de elementos culturais de portugueses e indígenas, gerando diversos tipos de danças, ritmos, gêneros musicais e instrumentos. O primeiro gênero, um fruto produtivo dessas fusões, foi o Lundu, o “avô do samba” (2017, p. 39). O cenário é o Rio de Janeiro, à época do bota abaixo higienista, entre o fim do século XIX e início do XX (AMARAL JR., 2013, p. 84). Se no Rio de Janeiro, o som popular dos negros estava garantido e livre do incômodo da polícia, que não se atrevia a subir os morros, em São Paulo o samba era mais contido para tentar não chamar atenção dos repressores. Era uma música feita nos porões, em galpões, dentro da cidade, era propositalmente mais silencioso, para evitar chamar muito a atenção dos setores brancos, mais ricos, que não gostavam de música de pretos pobres. A população da cidade de Bauru não tem um conservadorismo muito diferente daquele que é registrado na sua capital. É o que veremos a seguir.

2.2.1 – O início das Indústrias Culturais no Brasil até os anos 1940

A violência que atribuem aos nativos desta região, os caingangues, ao repelirem os primeiros invasores brancos é bastante conhecida. Um dos fundadores de Bauru, Azarias Leite é retratado como “verdadeiro bandeirante” e registros de moradores anteriores são raros (LEITE, 2013, p. 80). Era comum, após um período de reconhecimento e de primeiros embates com os indígenas por pequenos sitiamentos, algum “senhor” com dinheiro e prestígio, chegar nos lugares para “civilizar” a terra. Como diz João Francisco Tidei Lima, “os Caingangues não foram os primeiros nem os últimos

grupos indígenas a sucumbir ante os imperativos da nova ordem” (1978, p. 196). À legislação indígena de 1845, com o intuito de reorganizar os aldeamentos, e à lei de terras de 1850, que transformava as terras ocupadas por indígenas em “terras devolutas”, somaram-se “a catequese e a introdução de práticas na vida material dos aborígenes, práticas estas orientadas para a produção de mercadorias” e, no caso de Bauru, o extermínio dos resistentes. Como afirma Lima, a tribo dos Caingangues foi “o último grupo aborígine no território paulista” (1978, p. 197). Continua o pesquisador:

Recusando-se, sistematicamente, a aproximação, alojaram-se nas terras ainda inconquistadas dos vales do Peixe, Feio-Aguaapé e Tietê, em direção às quais, a partir dos anos 1880, o movimento de expansão é mais acelerado. Seguramente, em nenhum lugar do país é mais intensa, em fins do século passado e princípio deste [século XX], a penetração para a ocupação, comércio e organização da produção das chamadas terras devolutas. Em nenhum lugar do país, os implementos de uma nova sociedade são introduzidos com tanto vigor e rapidez. Por isso mesmo, em nenhum lugar do país, as tensões são maiores e a violência mais contundente. (LIMA, 1978, p. 197).

Infelizmente, se à época da mencionada pesquisa, a violência contra os Caingangues era das “mais contundentes”, especialmente por causa das “proporções genocidas” (1978, 198), sabemos que as chacinas de nativos seguem impunes⁸⁵. Como o próprio autor afirma, mesmo com a fundação do Serviço de Proteção aos Índios, em 1910, e “o obstinado empenho dos que formularam a plataforma do S.P.I.” (1978, p. 198), essas ações, quase sempre foram e continuam inócuas. Enquanto povoado, como dissemos, Bauru era marcado pela guerra de extermínio dos ferozes Caingangues, por colonos e sitiantes.

Segundo Nava, os assim chamados, “desbravadores” do sertão bauruense foram Antônio Teixeira do Espírito Santo, Feliciano de Souza Pereira e Faustino Ribeiro da Silva. Foi a partir das ocupações dos territórios “desbravados” por eles, que surgiram as fazendas, lavouras, a criação de freguesias e, finalmente, em 1893, o distrito de paz. Bauru, inicialmente pertencia a Espírito Santo da Fortaleza que, em 1910, extingue-se, quando seu antigo povoado se torna comarca e conquista a sua autonomia administrativa e judiciária (NAVA, 1988, p. 166). É de 1º de Agosto de 1896 a lei que criou o município

⁸⁵ Infelizmente, enquanto escrevemos este texto, assassinato de lideranças indígenas, invasões de terra por fazendeiros, chacinas de grupos isolados e curumins e ameaças de revisar as demarcações de terra são fatos que crescem e nos envergonham.

de Bauru.

Não somente fazendeiros, sitiantes e grileiros foram seduzidos pela “magia dos grandes espaços livres” (RUBIN, 1995, p. 11) do centro-oeste paulista. Tanto João Francisco Tidei Lima (1978, p. 198), quanto Sandra Rubin atribuem à construção da estrada de ferro Noroeste, desde 1905, a vinda de operários, entre eles, os bugreiros munidos de “forte arsenal bélico”, para povoar Bauru e caçar os habitantes originais da terra, e os conflitos foram intensificados a partir de 1908 (RUBIN, 1995, p. 12). Mas a expansão cafeeira para o oeste e, depois, algodoeira que justificou a tomada destas paragens não durou: Bauru passou a maior parte do século XX sendo considerada um centro urbano (LOSNAK, 2004, p. 73), cuja faixa rural produtiva diminuiu rapidamente. Em nossa dissertação de mestrado, já havíamos levantado os dados do último censo do IBGE, de 2010, que apontava que a população urbana bauruense é 58 vezes maior que a rural (LEITE, 2012, p. 81), menos de 2% ainda dos habitantes ainda vivem fora da área urbana.

Segundo Pelegrina e Zanlochi, o entroncamento ferroviário permitiu um desenvolvimento urbano diferenciado do havido em outras cidades (1991, p. 15). Destacam os autores que “os primeiros habitantes e os construtores das estradas de ferro” avançaram juntos para “conquistar o sertão bruto”, em terras que, há muitos séculos, eram habitadas pelos povos indígenas. A fórmula utilizada para garantir retorno à empreitada, que vitimou todos os nativos, era garantir vastas extensões de terra, plantar café e consolidar o transporte de produção agrícola. A movimentação de passageiros e de informação (através do telégrafo) fortaleceu a rede hoteleira e mudou o centro comercial para os arredores da Estação Ferroviária. Em 1905, Bauru já contava com um jornal.

Márcia Nava conta que aportaram na cidade, principalmente, portugueses, espanhóis, italianos; a partir de 1905, um número menor de árabes, alemães e franceses; e, a partir de 1911, japoneses (1988, p. 23). Ela destaca a insuficiência de registros de “atividade cultural” nos primeiros anos de Bauru, mas traz, a partir de “algumas crônicas antigas”, o nome de um sanfoneiro chamado Manuel Goulart, o encarregado de “animar festas e bailes”. E, em 1902, ela registra a chegada de “três irmãos: José, Benedito e Pedro de Azevedo Marques, os quais formaram um pequeno conjunto musical” (1988, p. 23). Nava registra que “Zezinho Marques”, após passagem pela Lyra Gerson França, montou seu próprio conjunto, a Banda Municipal (1988, p. 24).

De acordo com Mariana Fraga Costa, Marini Cerqueira Reis, Andrezza Trentini, Fernanda Sbeghen Yassuda, Isabella Soares e Marcos da Cunha Lopes Virmond, autores do artigo “Apontamentos para a História da Música Erudita em Bauru”, há poucos registros da atividade cultural, especialmente no período majoritariamente agropecuário de Bauru, que teve duração curta:

Entretanto, pela não existência de meios de comunicação local, verificou-se que não há registros referentes a manifestações culturais estruturadas nos livros da Câmara Municipal. Entretanto, alguns dados esparsos puderam ser recuperados. Segundo Sobreira (2009), havia na cidade de Bauru, no começo do século XX, um sanfoneiro de nome Manoel Goulart, que executava músicas para animar festas e bailes locais: os imigrantes tiveram a princípio maiores possibilidades de organizar sociedades, grupos de cunho artístico, pois trouxeram consigo uma bagagem cultural do seu país de origem, enquanto que muitos brasileiros vindos principalmente do nordeste, não tinham um preparo para tal. Embora houvessem muitos brasileiros que vindos dos grandes centros como Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, possuíam-no e aplicaram esses conhecimentos na nova terra. (SOBREIRA, 2009). Poucos anos depois de 1902 chegou a Bauru um entusiasta da música: Antonio Seabra Primo. Este montou um grupo musical com os demais músicos da cidade com o “apoio material e incentivo da prefeitura municipal na pessoa do então prefeito Gerson França” (SOBREIRA, 2009). Desta forma, consolidou-se a primeira banda de Bauru, cujo nome era “Lyra Gerson França”, sendo seu maestro o próprio Seabra Primo. Os adversários políticos de Gerson França chamavam o grupo musical jocosamente de “Filarmônica do Primo Seabra”. Certamente um evento de suma importância. Na solenidade da inauguração da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil, em 1906, foi contratada a banda de música de São Paulo dos Agudos (Lyra Agudense, maestro Javoleno Vaz), pois a Lyra Gerson França ainda não estava preparada para se apresentar. No ano de 1916 Bauru recebeu, no cinema Bijou Theatre, o tenor português José Osório, formado pelo Real Conservatório de Milão. (COSTA et al., 2014, p. 229).

Ou seja, sem os meios de comunicação para registro dos eventos sociais bauruenses, infelizmente, perdemos a possibilidade de compreender as atividades culturais dos primórdios. Em 1906, a colônia italiana bauruense fundou a Sociedade Italiana Dante Alighieri, que além das manifestações culturais e recreativas dos ítalo-bauruenses, também abrigava outros eventos, como reuniões variadas (1991, p. 27). Entre elas, a Associação Atlética Bauruense, a Sociedade Dançante Familiar “Club Éden Flor da Mocidade”, ambas em 1907 (1991, p. 28), o Tiro Brasileiro de Bauru, em 1914 (1991, p. 33), e, mais tarde, a que viria fundar a Associação Hispano-Brasileira Miguel de Cervantes, em 1985. Nava confirma as “muitas reuniões sociais, espetáculos musicais, teatrais e de recreação”, além sessões de filmes com empresas de cinematógrafos⁸⁶ no

⁸⁶ Entre as quais constavam “Cinematographos Capi& Samarco, Pavilhão Paulista, Empreza Rooseweld, Ideal e outras (1988, p. 25).

Dante Alighieri (1991, p. 25).

Os pesquisadores ressaltam que, além dos associados, convidados também compareciam ao salão de danças do Dante Alighieri, entre eles, “engenheiros, médicos e outros profissionais especializados” (1991, p. 25) e famílias de técnicos franceses, instalados na cidade devido à ferrovia. Numa das noites, a música, seguem os Autores, ficava sob os cuidados da “philarmonica local” Lyra Coronel Gerson França, sob a regência do maestro Seabra Primo (1991, p. 31). Segundo Nava, Antônio Seabra Primo veio de Jaú e recebeu, através do então prefeito Gerson França, “apoio material e incentivo da Prefeitura Municipal” para fundar a primeira banda de Bauru⁸⁷. Em 1909, estreou a “Corporação Musical” Banda Popular⁸⁸ (1991, p. 31), que Márcia Nava afirma ter sido fundada por Luiz Arantes, que conduzia 18 músicos (1988, p. 24). Um ano depois o maestro de Agudos Javoleno Vaz assumiria a Banda Popular que, devido a sua popularidade, durou mais de trinta anos. A autora afirma que a Banda Popular, a Banda Municipal e a Banda Internacional (1988, p. 171) revezaram-se por anos nas apresentações de domingo “no coreto do Jardim Público, construído em 1913, hoje praça Rui Barbosa” (1988, 24).

Em 1907 é feito o pedido para a instalação de linhas telefônicas na cidade, e em 1910 de eletricidade (1991, p. 20). Bauru, com sua prefeitura, cemitério e primeiras instalações sanitárias prontas, passaria a receber um grande fluxo de pessoas vindas pelas três ferrovias. Muitas vieram a procura de trabalho e acabaram fixando residência (1991, p. 23). Pelegrina e Zanlochi registram que o aumento populacional desencadeou um aumento na criminalidade, obrigando as autoridades a construir uma cadeia municipal, em 1913 (1991, p.24). Desde 1909 há registro da formação de bandas em Bauru (Banda Popular, Banda Municipal e Banda Internacional) e que, a partir de 1913, passam a se apresentar no coreto do jardim público, na atual praça Rui Barbosa, aos domingos, nas sessões de cinema e na Santa Casa de Misericórdia (basicamente com repertório erudito) (COSTA el al, 2014, p. 252).

Outra atração na Bauru dos primórdios ficava por conta dos cinemas. Desde 1909,

⁸⁷ A Autora registra, captando o clima político da época, que os adversários políticos de França chamavam a banda, jocosamente, de “Filarmônica do Primo Seabra”, para não pronunciar o nome do prefeito.

⁸⁸Que numa noite de 4 de agosto, segundo o jornal O Bauru, abriu a noite de danças, às 20h, ao “tocar o primeiro dobrado” (1988, p. 31).

havia as salas do Cinema Recreio, do Bauru Cinema, do Bijou Theatre, Cinema Excelsor, Internacional e Adium Cinema. Nava registra que até 1930, havia os músicos contratados para executar durante as sessões, as trilhas sonoras que vinham com os filmes (1988, p. 73) – eram as pianistas Jesus Cortijo e Amália Caminha, e os pianeiros José Torres Brito e Camillo Barbieri (1988, p. 25). Aliás, a primeira professora de piano de Bauru foi a musicista Jesus Cortijo Ruiz, que viria a ser mãe do maestro santista Miguel Ângelo Ruiz (RUIZ, 2000), e que fundou o Instituto Musical Bauruense (1988, p. 127).

Sobre este maestro, confirmando a força do funcionalismo público nos primeiros anos de Bauru, sabemos que Miguel Ângelo Ruiz⁸⁹ (1909- 1981) era funcionário dos Correios e dava aulas de piano para sustentar a sua vida de compositor. Em 1931 fez parte da 1ª Orquestra Sinfônica de Bauru, organizada pelo maestro Guilherme Barbieri. Em 1941, suas composições de peças infantis incluídas no “Álbum de Músicas para Piano” foram dadas a público pela primeira vez. Em 1942, formou-se no Curso de Piano do Conservatório Dramático e Musical de Bauru. Nesse mesmo ano, participou da criação do “Grupo dos Seis” integrado pelos maiores nomes da música bauruense da época, entre eles Efisio Aneda e Nida Marchioni. Miguel Ângelo Ruiz fundou e participou de vários conjuntos musicais em Bauru como o Jazz Band, Orquestra Marajoara, Ritmos Modernos e Enamorados de Euterpe. Fundou também o Orfeão Infante-Juvenil da Casa da Criança de Bauru e participou do grupo folclórico da Associação Luso Brasileira. Autor da letra do Hino do Esporte Clube Noroeste, Hino ao SESI, Hino à Mocidade Espírita, Canção da Faculdade de Odontologia de Bauru e diversas peças eruditas e populares. Pelos registros, composições instrumentais poderiam definir os primeiros anos da cena musical de Bauru. (RUIZ, 2000, p. 2).

Márcia Nava ainda cita as “apresentações circenses e teatrais” que “preenchem os fins de semana e as noites dos bauruenses”, muito assíduos a estes eventos. Entre as companhias mencionadas estão Companhia Max de Operetas e Comédias, Circo Aliança, Circo Chileno e Americano (1988, p. 25) e Grupo Dramático Bauruense (1988, p. 26).

Sobre o Carnaval, Nava afirma que só houve registros nas publicações da cidade a partir de 1911. Os temas dos desfiles caçoavam da precariedade dos serviços da

⁸⁹Sobre Miguel Ruiz, https://pt.wikipedia.org/wiki/Miguel_%C3%82ngelo_Ruiz#cite_note-:0-1http://vereadormoisrossi.blogspot.com/2009/06/homenagem-miguel-angelo-ruiz.html acesso em dezembro de 2019.

Empresa de Força e Luz, da empresa de Água e Esgoto e da política local, além de homenagear o progresso da cidade, sua indústria, seu comércio e sua lavoura (1988, p. 30). Os locais dos festejos eram os salões da Associação Dante Alighieri, do Bijou Theatre, da sede da Sociedade Noroeste (1988, p. 59), do Centro Católico⁹⁰ (1988, p. 60) e, nos anos 1920, do Bauru Club e do Tênis Clube de Bauru (1988, p. 70). O curso partia da rua Batista de Carvalho, dando uma “volta na Praça Rui Barbosa” em direção ao primeiro quarteirão da rua Primeiro de Agosto (1988, p. 59). Sobre o Centro Católico, Mariana Fraga Costa, Marini Cerqueira Reis, Andrezza Trentini, Fernanda Sbeghen Yassuda, Isabella Soares e Marcos da Cunha Lopes Virmond reafirmam sua importância como polo cultural:

O Centro Católico Bauruense foi outro importante lugar onde se realizavam atividades culturais (teatros, música, etc.) na década de 20. Ali se apresentou inúmeras vezes um grupo composto por Francisco (Chiquita) Negreiro ao piano, Bento de Aguiar de Souza (flauta), Benedito Ribeiro e André Assumpção (violinos), e ainda Luiz Mello, Arsênio Bueno, Alfredo Santos, Ary e Hermínio Suppo. (COSTA et al, 2014, p. 231).

O pioneiro das comunicações de Bauru, o italiano João Simonetti chegou a Bauru em 1916, vindo de Dois Córregos. E em 1920 abriu o Cine Teatro Brasil, para exibição de filmes mudos e peças teatrais (SIMONETTI, 2015, p. 27). Márcia Regina Nava percebe o “florescer” da vida cultural bauruense relacionada com o desenvolvimento da vida urbana, notadamente, a construção da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil (e, posteriormente, a transferência de seus escritórios e funcionários para cá, em 1918) e a imigração europeia. Segundo Nava, desenvolvimento urbano que superou “dificuldades”, tais como “os ataques dos índios”, cessados a partir de 1912, a epidemia da “úlcer de Bauru”, como era chamada na época a leishmaniose tegumentar americana que vitimou parte da população, e as tensões causadas pela Primeira Guerra (1988, p. 35). Quanto à música, especificamente, conclui a Pesquisadora:

A arte musical em Bauru foi muito dinâmica, dando margem à formação e bandas, orquestras e a realização de retretas, concertos, festivais e bailes que atraíam moradores das fazendas e cidades vizinhas. A influência da literatura musical estrangeira era bastante evidente, não só pela presença das colônias de imigrantes, como também da própria colonização do País. Apesar disso, havia a composição, as músicas produzidas em solo bauruense (NAVA, 1988, p.

⁹⁰ Curioso que Nava registra a briga entre católicos favoráveis à realização da festa em dependências da igreja e os contrários, o que colocou o vigário Francisco Vander Maas em alerta (1988, p. 65).

117).

Os gêneros comuns eram “valsas, xotes, mazurcas e rancheiras”, óperas (1988, p. 117), música espanhola, música caipira instrumental, marchas e dobrados (1988, p. 122), além dos sambas carnavalescos (em nossa opinião, de clara influência carioca).

A autora afirma que as iniciativas culturais, pelo menos as que deixaram registros, foram as organizadas pela elite da cidade. O que nós percebemos nos registros remanescentes, é a constante ausência de cobertura e registros de eventos socioculturais mais populares, como nas narrativas de fatos históricos relevantes. Ou seja, uma legião de anônimos está sempre alijada das histórias contidas nas páginas de jornais e livros, que foram feitos pelos “intelectuais” das classes dominantes locais.

Pelo que relatamos, os músicos da cidade de Bauru fazem parte desta legião anônima. Tais como os pianeiros cariocas mais conhecidos, como Nazareth, Ari Barroso e Pixinguinha, os pianeiros de Bauru também parecem ter gozado de boa reputação nesta cidade. O mesmo ocorrendo com os maestros e professores de música. Se de um lado a vida destes personagens, claramente, não foi de luxos, mas de acúmulos de trabalhos, por outro, não parecem ter sido discriminados por serem músicos. O mesmo não podemos dizer de outros músicos que os acompanhavam.

Nava afirma que alguns nomes de destaque na música local foram Maria Carolina Braga de Queiroz, Jorge Galati e os compositores Villa Boas e José Torres Brito (1988, p. 171). Em 1924, o mecânico da NOB José Grigolini empreende, junto com seus colegas Marino Marques Sobrinho, Paulo Gambeta e outros, a banda Arlindo Luz (1988, p. 126).

Em 1928 foram inaugurados o Conservatório Musical Pio XII e o Instituto Dramático e Musical de Bauru. Além do ensino, essas instituições faziam apresentações nos salões, tais como o da Sociedade Noroeste, o do Grêmio Bauruense, o salão nobre do Bauru Clube, o do Cine Theatro Brasil, no Rádio Teatro, no Automóvel Clube, no Theatro São Paulo e em eventos públicos (inaugurações, competições, recitais, etc.) durante todo o seu período de atividade (COSTA et al, 2014, p. 243).

O ano de 1929 registra a fundação do Instituto Musical Carlos de Campos, sob orientação do conservatório Dramático musical de São Paulo (cujos professores eram

Horácio Campos, Antônio Ferraz de Campos, Sérgio Ribeiro, Trentino Cucillo, Ernestina Graziani, Jesus Cortijo Ruiz e o maestro Barbieri). Também naquele ano, Guilherme Barbieri funda a Sociedade de Concertos Sinfônicos, que começa com peças populares, e depois passa a executar obras eruditas, além de reger o coral da Igreja Santa Terezinha (COSTA et al., 2014, p.252). Gabriel Ruiz Pelegrina e Terezinha Zanolchi também registram que o maestro Guilherme Barbieri, “na década de 1930, organizou um orfeão”, no qual os participantes eram “moças e moços” da “sociedade” (1991, p. 30). O maestro deixou Bauru em 1943 e foi para São Paulo, por causa da 2ª Guerra, ausência que provocou o encerramento da Orquestra (COSTA et al., 2014, p. 253).

Segundo Losnak, a partir dos anos 1930 é que se aprofunda a característica econômica da cidade, com a conexão ferroviária entre a capital e a região centro-oeste do Brasil. Com a crise do café, o algodão passou a adquirir certa importância no município, mas poucos anos depois o setor agrícola passou a dividir seu lugar com outros setores produtivos: a ferrovia se tornou um corredor de grandes dimensões, transformando o cenário da cidade, atraindo os vizinhos de cidades próximas e novos moradores. Continua o autor:

Com as ferrovias, além de Bauru ser o ponto de conexão, ela passou a atender à demanda de outras cidades situadas ao longo da Paulista e da Noroeste. O comércio de máquinas de beneficiamento, o transporte de mercadorias e safra, os escritórios e serviços em geral (bancos, hotéis, ...) são exemplos de atividades econômicas ligadas à agricultura do café e, posteriormente, à do algodão de Bauru, da região próxima e também das outras cidades do oeste paulista. (LOSNAK, 2004, p. 74).

Desde então é que o setor terciário começou a ganhar força na cidade e o índice de urbanização disparou em relação a outras cidades – nos anos 1980, “somente a taxa de urbanização da Capital era maior do que a de Bauru” (2004, p. 75). Em 1932, mais especificamente no mês de janeiro, o italiano naturalizado brasileiro, vindo de Dois Córregos, resolveu “instalar em Bauru, o primeiro serviço de alto-falantes, que transmitia da rua Marcondes Salgado, esquina com a Agenor Meira” (CALDEIRA, 1982, p. 22). Segundo Sandro Caldeira, essa experiência foi o embrião da primeira emissora de rádio de Bauru inaugurada na cidade em 8 de março em 1934, a Bauru Rádio Clube. A emissora pioneira recebeu o prefixo PRG-8 em 1935 e os locutores eram os filhos de João Simonetti: Ermetti, Leônidas, Rafael e Afonso (1982, p. 23). Na programação, Caldeira destaca a execução das músicas de Alvarenga e Ranchinho e de outras modas de viola da época, valsas, músicas portuguesa, mexicana, italiana e portenha – além de japonesa em

onda curta tropical (SIMONETTI, 2015, p. 50) –, esportes, notícias e quadros humorísticos, além dos cantores e conjuntos locais. Segundo Lima, o próprio Getúlio Vargas passaria pela emissora de Simonetti, em 1938 (LIMA, 2013, p. 33).

Devido à proeminência de uma classe média formada por engenheiros e funcionários da ferrovia, os imigrantes europeus, donos de terras e políticos, houve uma tendência maior de encontrarmos informações sobre os artistas eruditos, tais como o cantor de ópera brasileiro Marçal Fernandes, que excursionava pelo interior paulista e gaúcho, e outros músicos daquele período, com repertório basicamente europeu:

(...) outros também realizaram concertos na cidade de Bauru neste período, violinista (cego) Lavinio Albano da Conceição, no salão do Centro Bauruense. Em seu programa estavam compositores como Carlos Gomes, Verdi e Waldtenfeld, bem como composições próprias. Outro foi o tenor João Cavalieri, no salão do Centro Bauruense, com obras de Puccini, Wagner, entre outros. Cavalieri, também conhecido como o “pequeno caruso”, foi acompanhado pelo maestro Torres Brito ao piano. Apresentou-se também o famoso violinista brasileiro Vicente Tropa, de apenas 12 anos, que executou diversas obras, dentre elas de R. Shumann, Beriot, Paganini (COSTA et al, 2014, p. 230).

Além de espetáculos operísticos vindos da Argentina (COSTA et al, 2014, p. 230), de São Paulo, de Portugal, da Alemanha (2014, p. 231) e da capital da República:

(...) Nessa mesma época o compositor Heitor Villa-Lobos empreendeu vários concertos de música de câmara no interior do estado. Neste ímpeto, também veio a Bauru tocar violoncelo acompanhado por Antonieta Ruge ao piano, no antigo Cine-Teatro Brasil. (COSTA et al, 2014, p. 230).

A crítica, segundo os autores, comentou: “Villa-Lobos interpretou com a genialidade que lhe era peculiar, peças de sua autoria e de outros renomados autores brasileiros e estrangeiros” (COSTA et al, 2014, p. 230). O pianista mineiro, radicado no Rio de Janeiro, Fructuoso Lima⁹¹ foi contratado para uma apresentação domiciliar em Bauru, também em fins da década de 1930. João Simonetti inaugura, em 1939, o Rádio Teatro do auditório da Associação Dante Alighieri. Musicais e peças teatrais eram encenados por seus filhos, irmãos e amigos. Era o mesmo ano da fundação da Banda do

⁹¹Biografia disponível em <https://musicabrasilis.org.br/compositores/fructuoso-vianna> acesso em dezembro de 2019.

Liceu Noroeste, em atividade até hoje, mas desvinculada da instituição que lhe deu o nome⁹².

Em 1940, Bauru já contava com mais de 33 mil habitantes distribuídos em bairros que circundavam a ferrovia (que lançou escritório em 1921), a fábrica da Antártica (em 1923) e as margens das linhas de trem (RUBIN, 1995, p. 19). O setor terciário começava a ganhar força em Bauru. Em 1943, começam as atividades do Clube da Boa Música, que reúne aficionados por música erudita de Bauru, em atividade até hoje (foi fundado e dirigido pelo professor Hécio Pupo Ribeiro por mais de 50 anos) (COSTA et al, 2014, p. 247).

A cidade se consolidava como polo cultural regional. Em 1941, João Francisco Tidei Lima registra que o Cine Bauru ficou lotado para a apresentação do tenor italiano Tito Schipa, que também foi recebido pelo seu conterrâneo João Simonetti para uma saudação aos ouvintes da PRG-8(2013, p.39) – apesar de estarmos em plena 2ª Guerra Mundial, o Brasil só decidirá tomar o lado dos aliados um ano depois. Como já mencionamos, a força da música erudita e popular chegava pela mão dos que vieram trabalhar e morar na cidade. Mesmo na colônia Asilo Aimorés, o antigo leprosário fundado no tempo em que a hanseníase provocava asilamento hospitalar dos seus portadores, as apresentações ficam por conta de orquestras, como o registro da apresentação da Orquestra Marajoara em 15 de maio de 1943⁹³. Entre 1931 e 1947, a orquestra Sociedade de Concertos Sinfônicos de Bauru e a banda dos ferroviários da E.F. Noroeste do Brasil, ficaram em atividade. Ambas foram fundadas pelo maestro Guilherme Barbieri.

Mariana Fraga Costa, Marini Cerqueira Reis, Andrezza Trentini, Fernanda Sbeghen Yassuda, Isabella Soares e Marcos da Cunha Lopes Virmond relatam que em 1942 o juiz de direito Ulysses Doria fundou com Ernesto Monte, João Maringoni, João Batista Ramos, Antônio Cristino Cabral, João Silveira e Mário Cintra (outros representantes da elite bauruense), o Centro Cultural de Bauru. Na programação, música erudita, algumas peças populares, peças de teatro, balés, filmes, conferências e literatura

⁹²<https://94fm.com.br/banda-liceu-noroeste-corre-o-risco-de-encerrar-atividades-por-falta-de-recursos/> acesso em dezembro de 2019.

⁹³Foto do ingresso do cassino em <http://jpradoo.blogspot.com/2010/05/no-dia-15-de-maio-de-1943-orquestra.html> acesso em dezembro de 2018.

(COSTA et al, 2014. p. 235).

Em 1946, ainda de acordo com Lima, começou a circular o jornal Diário de Bauru e a rádio interna RPA (Rádio Publicidade Aimorés) do Hospital Asilo Aimorés (LIMA, 2013, p. 44), colônia que segregou os que eram portadores do mal de Hansen. Essa pequena emissora teve os registros destruídos pelo tempo, mas compunha o cenário de uma minicidade, com seu cinema, escolas, cemitérios, comércio, etc. próprios. No mesmo ano, houve a formação de um orfeão para comemorar os 50 anos de Bauru:

Em 1946, por ocasião do cinquentenário de Bauru, nasce a idéia, no campo artístico, para a formação de orfeão que iria se apresentar na semana da cidade. De imediato surgiu a indicação da professora Terezinha Bortone Correia e foi então iniciado um difícil trabalho, pois o espaço de tempo era curto. Assim despontou o Orfeão Guedes de Azevedo, cuja primeira apresentação aconteceu no dia 1º de agosto de 1946 e, a partir daquela data, sempre no dia 22 de novembro (dia de Santa Cecília, a padroeira da música), passou a se apresentar para o público inesquecíveis audições. (BAURU, sd).

A famosa dupla Cascatinha e Inhana, nomes artísticos do casal Francisco dos Santos e Ana Eufrosina da Silva, desembarcou em Bauru com o “Parque de Diversões Imperial” em 1947. E foram contratados pela PRG-8 como jardineiro e arrumadeira (LIMA, 2013, p. 49). Em nossa dissertação, numa das transcrições do locutor Walter Lisboa, ele menciona: “Cascatinha e Inhana veio cum circo, aí o circo foi embora eles ficaram, eles gostaram da cidade e ficaram na Bauru Rádio Clube, o senhor João Simonetti contratou, eles ficaram lá, viu, Pepa? Sabia?” (LEITE, 2012, p. 136). A fala reproduz a ideia corrente de que a dupla fazia parte do *casting*, o que esconde a realidade da contratação. Mais um exemplo das dificuldades pelas quais passava o músico brasileiro, já que Tidei Lima registra que a dupla optou pela PRG-8 por não suportar mais a vida nômade do circo. No ano seguinte a dupla assinou contrato com a Rádio América e depois com a Rádio Record, ambas de São Paulo.

Em 1948, a PRG-8 contratou o cantor Francisco Alves para uma apresentação, acompanhado pelo pianista Hamilton Santos. O programa havia sido patrocinado pela Casa Nicola, famosa casa comercial da cidade. Em 1949 a cidade ganhou sua primeira FM, fruto da amizade de Simonetti com o presidente Getúlio Vargas. Devido ao baixo número de aparelhos receptores disponíveis na cidade (muitos doados pelo próprio Simonetti), a programação era a mesma que a da AM pertencente à família (CALDEIRA,

1982, p. 26). Esta emissora teve a sua concessão cancelada em 1955, após um vendaval destruir sua torre e a família Simonetti descontinuar a regularidade das transmissões (1982, p. 32). Em todo caso, a união da força comercial, da amizade com o político mais poderoso do Brasil neste período e de uma programação voltada, basicamente, aos funcionários da Noroeste do Brasil, garantiu a popularização de hábitos tidos como metropolitanos, tais como a prática de basquete, tênis, ida aos cinema e shows de artistas famosos, bem como a consolidação das mesmas forças políticas locais.

2.2.2 – As décadas de 1950 a 1970

Nos anos 1950, acentuando-se seu caráter urbano, Bauru ganha suas primeiras faculdades: as privadas Instituição Toledo de Ensino, em 1951, e Faculdade de Filosofia e Letras, ligada ao Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração, em 1953. A primeira instituição superior pública, a Faculdade de Odontologia, da USP, foi criada em 1962 (LOSNAK, 2004, p. 77). Nos anos 1950 também, João Simonetti construiu um dos mais luxuosos auditórios do país para receber nos estúdios da PRG-8, os grandes nomes da música brasileira e autoridades nacionais, tais como Emilinha Borba, Carmélia Alves, Mazzaropi (CALDEIRA, 1982, p. 26), Francisco Alves, Ivon Curi, Marelene, Nelson Gonçalves, (SIMONETTI, 2015, p. 51), Dorival Caymmi, Francisco Carlos (o “brotinho” da Rádio Nacional), entre outros artistas de renome naquela época. A rádio também incentivava os grupos locais, como o Conjunto de Prata, formado pelos músicos Jehovah de Oliveira (Valzinho), Manuel Domingues de Oliveira, os irmãos Valter e Hermógenes de Oliveira, Pedro da Silva, Antônio Gomes França, Nórís Tâmbara e Manoel Lavor, cujo repertório era composto por “músicas antigas” (CALDEIRA, 1982, p. 26). De acordo com o Pesquisador João Tidei Lima, para diversificar o público, a PRG-8 lançou o programa infantil Cirquinho do Benjamin e Clube Juvenil, para “apurar talentos da juventude na arte dramática e na música”. Na programação musical, os jovens interpretavam tangos e boleros (2013, p. 67). Como a programação da emissora era ao vivo, apenas nos períodos da manhã e da tarde, diversas escolas de música enviavam seus alunos para as apresentações musicais. Destaque para a professora Celina Loureiro, o poeta Helvécio de Barros e seu violão, Nair de Araújo, Aimoré Brasil, Amélia de Franco Vieira, o maestro Oscar Mendes e Jandira Vargas, de Pederneiras, premiada pelos Diários Associados como a “Mais Bela Voz de São Paulo” (CALDEIRA, 1982, p. 27).

Também em 1950, o setor indústria de Bauru recebe a Companhia Antarctica Paulista⁹⁴. Empresa grande e que gerou muitos empregos qualificados na cidade. Mesma época de atuação do Automóvel Clube, espaço da dita alta sociedade local, que recebeu diversas orquestras importantes naquele período.

Na ocasião da Escola de Prática Agricultura Gustavo Capanema, atual Instituto Penal Agrícola, em 1952, os veículos escritos e falados se reúnem para recepcionar os políticos, autoridades estrangeiras e professores da USP. Lima registra que o evento ofereceu um show aos visitantes no auditório da PRG-8: “apresentaram-se o pianista Heriberto Muraro⁹⁵, o orfeão do Colégio Guedes de Azevedo sob a regência da professora Tereza Bortone Corrêa, e também, a bailarina Julisa Chamorro” (LIMA, 2013, p. 71).

Destacamos aqui que, em 1953 estreia no rádio um dos grandes nomes da música bauruense, Edevard Viotto, o Badê⁹⁶. Lima nos lembra que Badê, que era de Dois Córregos, começou em Pederneiras acompanhando a dupla caipira Craveiro e Cravinho, depois formou o Regional do Dionísio na PRG-8 e, mais tarde, atuou nas orquestras Nelson de Tupã, Continental de Jaú e Pedrinho de Guararapes, sempre animando bailes. Simultaneamente, era locutor da rádio Auri-Verde e, depois, apresentador de TV na PRG-8.

Em 1955, surge a segunda AM da cidade, a Rádio Auri-Verde, da rede Piratininga de São Paulo (inaugurada em 1956) (CALDEIRA, 1982, p. 28). Em 1957, a terceira, Rádio Terra Branca (1982. P. 30), que tinha até um elenco fixo de músicos e atores de rádio-teatro (LIMA, 2013, p. 108). Ambas vão reforçar o conteúdo local, até então produzido só pela PRG-8, tanto no campo artístico, quanto esportivo e noticioso (com a participação dos jornais impressos em um deles). Era um período em que a renovação tecnológica começava a mudar o perfil do rádio brasileiro, com destaque para a Rádio Bandeirantes de São Paulo, que estabeleceu as bases do “triângulo” jornalismo, esportes e música (LIMA, 2013, p. 87). Aqui em Bauru, a antiga PRG-8 ainda apostava na

⁹⁴<http://www.vivendobauru.com.br/historia-de-bauru-de-1-950-a-1-960/> acesso em dezembro de 2018.

⁹⁵ Pianista argentino que se dedicou à música brasileira, detalhes em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Muraro> acesso em dezembro de 2019.

⁹⁶Mencionamos com carinho o Badê porque, por anos, tocamos as músicas de dois de seus discos, com temas de jazz e música brasileira (standards e compostas por ele), além de entrevistá-lo e ter mostrado seu talento ao vivo em um programa de música instrumental que tocava na extinta Rádio Veritas, com seu filho Badezinho e neste trabalho também.

transmissão de eventos locais.

Com o aumento da concorrência local, as emissoras começaram a buscar mais interação com seu público. Passaram a contratar novos profissionais, a realizar campanhas de arrecadação e, nos meses de Carnaval, concursos para escolher a Rainha do Carnaval, transmissão dos bailes e acompanhamento dos desfiles e blocos carnavalescos, cobertura das provas de atletismo, de corrida de cavalos, e demais partidas esportivas (com foco no futebol do Noroeste e do BAC) (LIMA, 2013, p. 101). O Autor de Alô, Alô, ouvintes: no ar, o rádio em Bauru relembra que no ano de 1958, com o frisson da Copa do Mundo da Suécia, a “Cadeia Verde e Amarela”, que reunia 400 emissoras sob a liderança da Rádio Bandeirantes para a transmissão, o Brasil estava conectado com a Suécia através de um cabo submarino (cujo *delay*, ou atraso, era de 15 ou 20 minutos). Ano também, segundo o autor, de sucessos importados no rádio, como *Rock Around the Clock* de Bill Haley and His Comets (2013, p. 104).

João Francisco Tidei Lima registra as 20 músicas mais pedidas em 1959, da PRG-8 e demais emissoras, que reproduzimos com a curiosidade de um programador de rádio: 1) Saudosa Maloca, Adoniran Barbosa; 2) *Only You*, The Platters; 3) Sonhando Contigo, Anísio Silva; 4) Oh Carol, Carlos Gonzaga; 5) Hino ao Amor, Wilma Bentivegna; 6) *Noche de Ronda*, Nat King Cole; 7) *Recuerdos de Ypacaray*, Trio Cristal; 8) Manhã de Carnaval, João Gilberto; 9) Conceição, Cauby Peixoto; 10) Fita Amarela, Sílvio Caldas; 11) Ouça, Maysa; 12) Marvada Pinga, Inezita Barroso; 13) Boneca Cobiçada, Palmeira e Biá; 14) A Volta do Boêmio, Nelson Gonçalves; 15) Madureira Chorou, Joel de Almeida; 16) *Volare*, Domenico Modugno; 17) Balada Triste, Agostinho dos Santos; 18) *Diana*, Paul Anka; 19) *Siete Notas de Amor*, Trio Los Panchos; 20) Fala Mangueira, Angela Maria (LIMA, 2013, p. 124). Por coincidência, existe uma única música de um compositor bauruense nesta lista, Marvada Pinga, do professor, músico e afinador de instrumentos Ochelsys de Aguiar Laureano. Afora isso, a diversidade de ritmos e de nacionalidades de artistas impressiona. Tamanho ecletismo musical difícil de ouvir nos dias de hoje.

Na década de 1960, Bauru recebeu outras instituições de ensino públicas e privadas, tornou-se sede da 7ª Região Administrativa do Governo do Estado de São Paulo (2004, p. 77). Segundo Célio Losnak, é neste período que a televisão ganhou força na cidade, além da gradual popularização do “toca-discos portátil, um dispositivo já

transistorizado, assim como os “rádios de pilha”, que junto com os compactos simples e duplos, divulgavam as coletâneas de músicas de sucesso das rádios e da ascendente televisão brasileira (2004, p. 145). Época da expansão das Indústrias Culturais no país, e início do desenvolvimentismo conservador promovido pela ditadura militar. Com a expansão da cidade, o poder local decide transferir a zona do meretrício ainda localizada na região central, para um local ermo da zona leste, para beneficiar alguns poucos interesses imobiliários (2004, p. 234). Foi assim que houve a divisão entre baixo e alto meretrício, antes juntos na área central, e que deu origem a um dos mais famosos bordéis do mundo, a Casa da Eny⁹⁷.

Também em 1960, João Simonetti conseguiu a concessão do primeiro canal de televisão da cidade, a TV Bauru Canal 2 (CALDEIRA, 1982, p. 33), processo que começara a tramitar em 1959, mas cuja negociação começara em 1952, com cartas que Simonetti enviara para Getúlio Vargas (LIMA, 2013, p. 64). A programação da TV Bauru era toda ao vivo, já que a emissora não podia dispor da recente e caríssima tecnologia de vídeo tape (VT). Então não havia possibilidade de gravação e edição audiovisual em televisão. Assim, os artistas locais apresentavam-se ao vivo, tanto em atrações musicais, quanto na interpretação de teleteatros ou fazendo outros tipos de participação artística. Ao fazer 40 anos, o antigo Canal 2, TV Bauru, que se tornou TV Globo Oeste Paulista, depois TV Modelo (a responsável pelo registro⁹⁸) e, hoje, TV TEM, exibiu um documentário sobre sua história. O resumo que fazemos da pioneira Canal 2, TV Bauru, das primeiras emissora de televisão de interior do Brasil – com as atividades experimentais iniciadas em julho de 1959 (com 3 horas de programação diária), a emissora tem sua inauguração estendida para o aniversário de Bauru do ano seguinte, ou seja, 1º de agosto de 1960 (SIMONETTI, 2015, p.80) –, é que em troca de mais faturamento publicitário, de melhor qualidade de produção e transmissão, além de audiência obtida com produtos enlatados, perdemos o conteúdo artístico local.

Segundo Paulo Sérgio Simonetti, neto do pioneiro João Simonetti, a TV de seu

⁹⁷ Há falta de detalhes sobre o trabalho do músico. Em entrevista que consta no Anexo B, página 166, o maestro Badê confirma que a Eny era a que melhor pagava os músicos. O assunto, por muitos anos foi tabu na cidade e só voltou a ganhar notoriedade no livro Eny e o grande bordel Brasileiro.

⁹⁸ O documentário está disponível no YouTube em três episódios: https://www.youtube.com/watch?v=Vla2CwmGAZo&feature=emb_title (parte 1), <https://www.youtube.com/watch?v=x72Mljka4hY> (parte 2), <https://www.youtube.com/watch?v=DOQmZHccOtk> (parte 3) acesso em dezembro de 2019.

avô foi vendida para às Organizações Victor Costa, que repassou a estação local para as Organizações Globo, que expandia as suas retransmissoras no interior, antecipando o seu funcionamento em rede nacional, que seria assegurado a partir de 1969, pelas tecnologias públicas de telecomunicações da EMBRATEL. (SIMONETTI, 2015, p. 92). O próprio Paulo Sérgio afirma que seu avô, João Simonetti, percebeu que manter as atividades da TV era caríssimo e se contentou em ser apenas o fundador, pioneiro por trazido a TV para a cidade. Foi assim que a vendeu (SIMONETTI, 2015, p. 94). No mesmo ano da inauguração da TV, registramos dois eventos musicais em homenagem à Brasília, nova capital federal, no Teledrama da TV Bauru (COSTA et al, 2014, p. 245). Aqui, vieram naquela época pioneira, diretores e artistas do teatro, da música e da TV, tais como Walter Avancini, Moacyr Franco, Pery Ribeiro, Paulo Silvino, etc.

O golpe militar de 1964 afetou o rádio de diversas formas. A rádio Nacional, lembra-nos Lima, teve parte de seu quadro de funcionários cortados a mando dos golpistas. Foram demitidos e perseguidos, nomes como Mario Lago, Herivelto Martins, Jorge Goulart, Nora Ney, Dias Gomes, Paulo Gracindo, entre outros. A rádio Mayrink Veiga teve suas dependências fechadas, o que a levou à falência e deixou cerca de 400 trabalhadores desempregados (LIMA, 2013, p. 186). Em 1965, o ator Carlos Zara, presidente do Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão veio a Bauru para filiar dezenas de técnicos e locutores para garantir-lhes a “defesa dos direitos trabalhistas” (2013, p. 188). Em 1965, a TV Bauru é vendida às Organizações Globo, pelas Organizações Victor Costa, o homem que havia instalado e conduzido o lendário projeto da Rádio Nacional.

No mais, carnaval, jovem guarda, música romântica e futebol. Lima registra que em 1967, os sucessos mais tocados nos salões de Bauru eram Máscara Negra, de Zé Ketí e Pereira Matos, Tristeza, de Niltinho e Haroldo Lobo, Trem das Onze, de Adoniran Barbosa e Mulata iêiêiê, de João Roberto Kelly. Nas rádios, entrevista obrigatória com o novo presidente-ditador, show da PRG-8 que trouxe Roberto Carlos, Sérgio Reis, Nalva Aguiar, Martinha, Ed Carlos, entre outros (LIMA, 2013, p. 200). No dial, a jovem guarda e a música romântica imperam.

Em abril de 1967, Sandro Caldeira relata um feito da música popular em Bauru, mas não de Bauru: a PRG-8, sob nova direção, “trazia vários artistas famosos, incluindo a presença do já então maior ídolo da música jovem brasileira, Roberto Carlos”. O autor

destaca a “preferência” da audiência “pelo rock e as baladas americanas”. Em 1968, instala-se a Rádio Jornal de Bauru Ltda. (1982, p. 35). Com a importação de equipamentos de gravação japoneses, a emissora Auri-Verde passa a gravar seus comerciais e os das outras emissoras em discos de acetato. Assim, confirma-se a consolidação das Indústrias Culturais na cidade. Isso significou menos espaço para os artistas locais o que era, como vimos antes, fundamental para preencher as lacunas das grades de programação. A partir daqui, as pesquisas de audiência vão determinar o que as emissoras devem veicular em suas paradas de sucesso, como se dizia então.

Em 1968, morre João Simonetti, aos 82 anos. A Bauru Rádio Clube foi vendida ao grupo Bandeirantes. E, a partir de 13 de dezembro, todos os meios de comunicação estão sob censura (LIMA, 2013, p. 208). Na biografia que escreveu de seu avô, Paulo Sérgio Simonetti o compara a Assis Chateaubriand, pela proximidade com Getúlio Vargas e o envolvimento com a política, pelo empreendedorismo e pioneirismo na comunicação e cultura (SIMONETTI, 2015, p. 132). Além de Getúlio, João Simonetti envolveu-se com deputados, vereadores, prefeitos e outras autoridades, como Ulisses Guimarães, Octavio Pinheiro Brisolla, Avallone Júnior, dentre outros líderes políticos (SIMONETTI, 2015, p. 157). No mesmo 1968, Losnak registra o texto de dois bauruenses sobre o verbo local “batistar”, que é quando os bauruenses tomam como espaço de lazer, a rua Batista de Carvalho, atual calçadão, no centro da cidade. Somente para andar, para fazer compras, comer e passear com amigos. Em grupos, quando o assunto é música, as influências estrangeiras ficam evidentes:

Falam dos Beatles, dos Rolling Stones, e discutem sobre os conjuntos de nossa cidade: “Panteras”, “Brasília Rítmicos” e etc. são os “cabeludos” da Batista. Em frente à antiga Casa Nicola, eles se reúnem. Estão ali todos os sábados, e durante a semana também. Ringo, Taco, Fredoca e Quartieri, músicos de nossa cidade, permanecem ali constantemente dando um toque de “embalo” e “bossa” naquele quarteirão. Do outro lado da calçada, nos Lanches Ouro Verde, um grupo toma “batidas”, preparam-se para mais um coletivo de futebol. É o time do álcool que, não se descuidando do imprescindível “preparo físico”, marca para depois da feijoada o tradicional “quebra” da Quinta Ranieri. (MAGALHÃES; MENDES apud LOSNAK, 2004, p. 243).

De certa forma, a principal rua do centro bauruense se torna um personagem na vida dos cidadãos e dos visitantes vindos de toda região, comprar no comércio local. As emissoras de rádio e de televisão reforçam a cultura de música ao vivo e dos barzinhos que a cidade ainda apresenta, último reduto das bandas locais. De acordo com o pesquisador, a Batista seria equivalente à rua Augusta, na capital paulista, “tema de

músicas da Jovem Guarda e um dos espaços simbólicos dos jovens de classe média eu buscavam marcar rupturas com as gerações anteriores” (2004, p. 245).

Ainda, por curiosidade, reproduzo a lista das 10 músicas mais tocadas em 1969: 1) *Hey Jude*, The Beatles; 2) *Viola Enlutarada*, Marcos e Paulo Sérgio Valle; 3) *Sá Marina*, Wilson Simonal; 4) *Pata Pata*, Miriam Makeba; 5) *San Francisco*, Scott Mackenzie; 6) *Mrs. Robinson*, Simon e Garfunkel; 7) *Dio Come Ti Amo*, Gigliola Cinquetti; 8) *Pra não dizer que não falei das Flores*, Geraldo Vandré; 9) *Ciúme de Você*, Roberto Carlos; 10) *Por amor*, Moacyr Franco (2013, p. 218). Já podemos perceber não somente o fenômeno Beatles, mas também o surgimento da MPB nesta lista, reflexos dos questionamentos que resistiam ao AI-5.

Em mais um balanço sobre as 10 músicas mais pedidas nas emissoras da cidade no decorrer de 1970, João Francisco Tidei Lima registra: 1) *Jesus Cristo*, Roberto Carlos; 2) *Tudo Passará*, Nelson Ned; 3) *Madalena*, Elis Regina; 4) *Hey Jude*, Beatles; 5) *My Way*, Frank Sinatra; 6) *Bandeira Branca*, Dalva de Oliveira; 7) *Casa de Bamba*, Martinho da Vila; 8) *País Tropical*, Wilson Simonal; 9) *BR-3*, Tony Tornado e Trio Ternura; 10) *As Curvas da Estrada de Santos*, Roberto Carlos.

Em nossa opinião, essa lista confirma o aperfeiçoamento das técnicas de divulgação de algumas músicas e artistas. Massificação através da repetição das mesmas músicas durante o dia, o que tira espaço das composições locais em qualquer outro horário. Curiosamente, pelas análises de Caldeira e de Lima, além da análise de nossa dissertação de mestrado, as emissoras de Bauru mantiveram o hábito de ter, na parte matutina das grades de programação, programas de música sertaneja. Os dois pesquisadores concentraram suas análises até o final dos anos 1970. Nossa dissertação analisou a programação de música sertaneja em uma rádio educativa em 2012 (composta, basicamente, de músicas caipiras antigas). Inquieta-nos os motivos que levaram os programadores das emissoras a manter essas músicas, certos de sua popularidade, mesmo que elas não estivessem nas listagens de mais tocadas. E, hoje, ao sabermos da renovação do gênero sertanejo, com a valorização dos temas e artistas antigos, perguntamo-nos qual o grau de artificialidade da projeção das músicas que são listadas periodicamente como os maiores sucessos de audiência, em todo o cenário das indústrias culturais.

Outro detalhe: nesta lista de mais tocadas em 1970, a 13ª música mais tocada foi

“Eu te Amo meu Brasil”, de Dom e Ravel, em franco apoio à ditadura; mas ela veio seguida de “Aquele Abraço”, de Gilberto Gil, “*London, London*”, com Gal Costa, composta por Caetano Veloso, e “Irene”, com o próprio Caetano, já no exílio com Gilberto Gil (2013, p. 238). As duas primeiras, hoje sabemos, falavam da despedida do Brasil e da situação depressiva de Caetano Veloso em Londres. No balanço de 1971, Lima mostra que a música de Dom e Ravel acabaria em primeiro lugar. E dentre as várias músicas de Roberto Carlos, da Jovem-Guarda, os hits românticos e internacionais constava uma surpresa, “Apesar de Você”, de Chico Buarque. Após 100 mil cópias vendidas e algumas regravações, descobriu-se do que e de quem Chico realmente estava falando. Resultado: as rádios de Bauru receberam ordem para “banir” as músicas “subversivas” de suas programações (LIMA, 2013, p. 243).

Em setembro de 1972, sob a vigilância dos órgãos da ditadura, Bauru entra no circuito universitário, que trouxe grandes nomes da MPB⁹⁹. Neste ano, Chico Buarque e MPB-4 se apresentou na Associação Luso-Brasileira. Show liberado (e lotado), mas a entrevista foi censurada no rádio (LIMA, 2013, p. 249). Ao fim deste ano, as três canções mais tocadas foram internacionais: 1) *Alone Again*, Gilbert O’Sullivan; 2) *Velvet Mornings*, Demis Roussos; 3) *Rock and Roll Lullaby*, B. J. Thomas.

O ano de 1973 trouxe dois sucessos nacionais censurados: “Ouro de Tolo”, de Raul Seixas, trata sobre a falsidade do chamado “milagre econômico” e levou seu autor à cadeia e ao exílio nos EUA; e também “Cálice”, de Gilberto Gil e Chico Buarque. (LIMA, 2013, p. 257).

Um fato interessante ocorrido em 1976 foi a festa de aniversário da cidade:

Na festa de 80 anos de Bauru: dia 12 de agosto de 1976, no auditório do Colégio São José, a pianista Fúlvia Escobar deu um recital. E logo em seguinte, no dia 17 de agosto de 1976, no mesmo local, apresentou-se o Trio Continental de Música de Câmara. No dia 2 de novembro do mesmo ano a Orquestra Sinfônica de São Paulo se apresentou em Bauru no Teatro da Faculdade de Odontologia de Bauru. Também, no dia 30 de julho de 1981, apresenta-se pela primeira vez em Bauru a Orquestra Sinfônica de Campinas na Praça Rui Barbosa, contando com 96 músicos sob a regência do maestro Benito Juarez. Exibiram obras de Johann Strauss, G. Rossini, Richard Wagner, Chico Buarque (Roda Viva), Carlos Gomes, entre outros. (COSTA et al, 2014, p.

⁹⁹Sobre esse período, mas sem saber o ano exato, Tom Zé, em entrevista a este pesquisador, relatou seu medo de vir à cidade. À esta época, Tom Zé vivia dos serviços de jardineiro, porque os representantes da ditadura na cidade de São Paulo o proibiram de cantar, mas não de tocar. Em Bauru, pelo o que apuramos, o show foi liberado pelo delegado Marcos de Paula Rafael.

240).

Fulvia e seu irmão, também pianista, Wellington Escobar, são filhos da professora de piano Honorina Escobar¹⁰⁰. Em 1977 é inaugurada a 2ª estação de rádio FM da cidade, também de vida curta. A FM Som Pur, pertencente ao grupo de mesmo nome de São José do Rio Preto, ficou conhecida como FM Sem Limites. Era gerida pela rádio Terra Branca (CALDEIRA, 1982, p. 37). A emissora teve seu transmissor lacrado pelo órgão fiscalizador da época (DENTEL) por transmitir fora do padrão (1982, p. 38). Enquanto funcionou, serviu como reforço da Terra Branca AM.

Já em 1978, o grupo que dirigia a rádio Auri-Verde conseguiu a concessão de uma nova FM, a Rádio Comunicação FM Stéreo Ltda, a conhecida 94 FM. Caldeira, em sua monografia, coloca o espelho da programação de todas as emissoras que vimos até aqui. Confirmando o que já comentamos, Bauru encerra os anos 1970 sem nenhum espaço para as bandas e artistas locais na programação de rádio. No mesmo ano, programas municipais promovem as artes e continuam a alegrar os eventos de Bauru:

Em 1978 temos, na série “Distrair e Divulgar instruindo”, um recital de piano com Maria Cecília Raab Forastieri. No ano seguinte, o Coral Arte Viva se apresenta na inauguração do prédio da Secretaria da Fazenda, formado pelos funcionários, tendo como regente Sônia Maria Berriel Soares, incluindo apresentação em São Paulo, no Parque Anhembi. (COSTA et al, 2014, p. 241).

Ou seja, ao final deste período, as iniciativas de estímulo à música e às artes em geral da população saem das mídias e ficam, definitivamente, nas mãos do poder público e de algumas iniciativas particulares. Talvez confirmando o que Luiz Beltrão já nos ensinava: quando o povo perde espaço nos seus meios de comunicação, toda evolução daquela comunidade é sobrepujada por outra (1980, p. 18). De fato, dos autores e dos artistas de música e de teatro que ocupavam os espaços das emissoras de rádio e de televisão bauruenses, sobraram os que atuavam como locutores, operadores de mesas, câmeras, produtores, programadores musicais, etc., funções que depois da digitalização das tecnologias de operação e produção dos estúdios de rádio, a partir dos anos 1990, também foram bastante reduzidas ou totalmente suprimidas pelos novos recursos

¹⁰⁰Sobre os 90 anos de Honorina <https://www.jcnet.com.br/noticias/geral/2013/12/397277-entrevista-da-semana-honorina-selmo-escobar.html> acesso em dezembro de 2019.

informáticos. Toda parte de criação artística local perdeu espaço para os sucessos nacionais e internacionais, o que continua até hoje (em vias de sobreposição do conteúdo nacional, especialmente em vídeo, pelo conteúdo internacional via *streaming*).

Consequentemente, perdemos ao longo de várias décadas, os principais registros documentais e históricos do que ocorreu com a música bauruense durante a maior porção do século passado. Dessa forma, utilizamos duas entrevistas com pessoas que são conhecedoras porque viveram profissionalmente a música daquele período, na cultura local e na radiodifusão: o maestro Badê, radialista, compositor e multi-instrumentista; e Lázaro Carneiro, poeta, letrista de músicas caipiras e radialista amador.

2.2.3 – Décadas de 1980 e 1990

Como afirma Thompson, ao utilizamos as ferramentas de história oral, devolve-se “a história às pessoas em suas próprias palavras” (1998, p. 337). Como já mencionamos no primeiro capítulo, a entrevista foi um desenvolvimento natural ao levantamento bibliográfico. Ao selecionarmos livros sobre a história da cidade, em um primeiro momento, não percebemos que a grande quantidade de dados sobre os primeiros anos de Bauru escondia certa escassez de informações, logo após os meios de comunicação locais pararem de utilizar a mão-de-obra dos músicos da cidade. Algo que aconteceu mais tardiamente, em comparação aos grandes centros metropolitanos.

Como nota um dos entrevistados, Lázaro Carneiro, conforme consta no Anexo A (p. 144):

Porque entrou aqui, e eu vou cair naquela mesmice de falar mal do americano, mas não é isso. Com a ditadura, com o golpe de 64, do governo militar, ela desenvolveu o capitalismo no Brasil. Que até então era um capitalismo mambembe, né? A gente criava frango no sítio, ponhava nas costas e ia vender na cidade. Aí, com a industrialização de grandes centros, como São Paulo, por exemplo... São Paulo, Rio, grandes centros industrializados, essa industrialização não chegou no interior. Veio muito devagar pro interior. E não chegou na zona rural. A zona rural permaneceu com aquela gente enorme de trabalhador que até hoje, todo documentário feito fala que 75% da população morava na zona rural. (ANEXO A, p. 144)

Carneiro continua seu raciocínio afirmando que a ditadura civil-militar abriu o

país a um “capitalismo mambembe”, o que permitiu a tomada das gravadoras brasileiras por empresas estadunidenses. Curiosamente, a sensação que ele descreve é algo comum de se ouvir, talvez porque a música americana desse período, que contava com uma produção mercadológica muito à frente da brasileira, de fato ganhou parte do público:

Então, com a... com a ditadura de 64, começou a abrir o Brasil pro capital estrangeiro, principalmente o americano, e primeira coisa que eles fizeram: acabar com a cultura do povo. Chegaram aqui e compraram todas as gravadoras. Todas as gravadoras que eram sucursal ou algum industrial mais ousado que teve uma gravadora no Rio de Janeiro, São Paulo, foi cooptado pelo capital americano. Aí acabou. Aí não se gravava mais música sertaneja. E as músicas jovens, vamos dizer assim, passou ser cantada por artistas brasileiros com nome americanizado. Então, quem fazia sucesso era Chrystian... do Chrystian e Ralf... esse Chrystian e Ralf. Tem um nome, cada nome famoso, mas eu lembro do Chrystian, do Chrystian e Ralf porque acabou sendo sertanejo e marcou mais... mas tinham muitos cantores que cantavam estrangeira. Uma das músicas mais gravadas no mundo é a música de um brasileiro com nome estrangeiro, que é *Feelings*. É música muito famosa: [canta] *feelings*... (ANEXO A, p. 144).

Já o maestro Badê se recorda que os músicos da cidade conseguiam acompanhar grandes nomes da música brasileira quando vinham à cidade, o que possibilitava uma troca de contatos entre profissionais daqui e de São Paulo. Na página 155 do anexo B, o maestro se lembra que, não fosse a desorganização de um dos músicos, sua banda teria sido escolhida para interpretar as músicas de Adoniram Barbosa, no lugar de Os Demônios da Garoa. O empresário de seu conjunto Bando Carioca e o empresário de Adoniram foi quem tiveram a ideia. Para o maestro (Anexo B, página 160), o sucesso da *Disco Music* foi quem fez diminuir a necessidade de músicos ao vivo nos estúdios. Como ele sempre teve bandas, continuou como músico. Na mesma página do anexo, Badê e sua filha relembram que esse foi um forte período foi de música ao vivo nos bares da cidade (além de músicos da cidade abrindo shows nos eventos locais). Modelo que seguiu de fins dos anos 1970 a meados dos anos 1990.

Ainda sobre a década de 1980, Jane de Jesus, em sua dissertação sobre a atuação da Casa da Cultura de Bauru, afirma que o poder público municipal estabeleceu um programa de valorização da diversidade musical. Na área erudita, foram realizados “recitais, concertos e audições” (1991, p. 139), além de “cursos, palestras e encontros” e a implantação gradativa de uma Orquestra Sinfônica (1991, p. 140) com o intuito de “incentivar um maior contato com a população com este estilo tradicionalmente reservado ao prazer de uma minoria” (1991, p. 139). Após a formação de músicos de vários naipes,

em 1985 foi criado o Conjunto Instrumental de Bauru, o embrião da Orquestra Sinfônica (1991, p. 141). No mesmo ano, a Casa da Cultura implantou o “Projeto Sertanejo”, cuja proposta era divulgar e auxiliar o surgimento de “duplas e artistas locais” (1991, p. 142), especialmente de música sertaneja de raiz (1991, p. 143). A autora ainda relembra que 1986, foi criado o “Projeto Vitória Régia”, que ocorria quinzenalmente no palco do parque Vitória Régia, e que tinha a “finalidade de gerar uma nova forma de divulgação dos grupos musicais de vários estilos de Bauru e Região” (1991, p. 144) – e que gerou uma frequência média de 1500 pessoas por apresentação (1991, p. 145). Sobre o Carnaval, “o maior evento anual que a cidade” realizava no ano de 1986, a Casa da Cultura era o órgão responsável pela organização do desfile. Diz Jesus:

Neste período, através das escolas de samba, são revelados compositores, cantores, artistas plásticos, cenógrafos, dançarinos e outros. Afinal, o espetáculo proporcionado pelas escolas de samba é, na verdade, uma síntese de todas as áreas artísticas apresentadas num único momento. Ali estão representados o teatro, a música, a dança, as artes plásticas e a literatura (JESUS, 1991, p. 220).

Além disso, a Casa da Cultura fez circular durante os desfiles a publicação “Catavento”, um especial sobre o Carnaval, e registrou “em vídeo as imagens do espetáculo” e acompanhou o trajeto do desfile pela avenida e a apuração (1991, p. 220). Esse trabalho entre o poder Público e integrantes de escolas de samba resultou em 1988, na fundação da Associação das Escolas de Samba de Bauru (1991, p. 222). Entre 1985 e 1988, a Casa da Cultural realizou 457 eventos musicais na cidade (COSTA et al, 2014, p. 240).

Sobre esse período, Lázaro Carneiro relembra a ação pública para tentar preservar a música sertaneja local e distribuí-la em vários pontos da cidade. Em seu testemunho ele lembrou que as duplas sertanejas ainda tocavam no rádio (mesmo depois de não haver mais música ao vivo de outros estilos) e, quando isso se torna inviável, o radialista Walter Neto organizava bailes da praça Rui Barbosa, o que significava a “decadência de tudo” (ANEXO A, p. 146). Nos anos 1990, com a força do sertanejo romântico, as modas de viola estavam restritas às casas das famílias que se identificavam com o estilo rural, mas ganharam um estímulo municipal:

(...) então, essa música caipira ficou restrita a cantar em casa, você vinha na minha casa com seu violãozinho, a gente cantava. Pra ninguém, porque se

tivesse jovem por perto, aí já começava a gozação. Então, não se enfrentava. Um público mínimo, não se enfrentava um público mínimo. Quem deu um mínimo alento pra isso foi o governo Tuga, que foi o primeiro governo democrático depois da ditadura. O Tuga criou um esquema pra ir pras praças. Ele mexeu muito com o público. Tentou organizar o povo em associação de bairro, decidir as coisas ouvindo o povo. Ele teve esse perfilão de comunista. Então, no começo, isso aí soou como um avanço enorme, como uma revolução. E não é nada disso, é um tucano como qualquer outro. Mas pra época ele foi um avanço enorme. Eu reconheço. Eu já era um militante de esquerda, já tinha um... acho que eu já tinha alguma coisa na cabeça. Então, eu ajudei muito a fazer a Casa da Cultura, que naquele tempo era na 15 de Novembro, se não me engano. Era uma casa comum, alugaram e botaram o pessoal lá dentro. Eu ia muito a reuniões ali e tudo. Bom, então, o Tuga criou o famoso Caminhão Palco. Pegou um caminhão da Prefeitura, na carroceria adaptou um palco, botou ali uns equipamentos... pra época era uma coisa maravilhosa. Então, ia pros bairros como se fosse um circo (que já não existia mais circo também). Então, isso fazia o papel de um circo. Ia lá e levava música sertaneja pro pessoal... pro pessoal domingo de manhã, às vezes à noite, mas basicamente domingo de manhã. Então, o pessoal ia lá, sabia que em determinado lugar do bairro, domingo de manhã tinha um caminhão palco lá e vinha as duplinhas cantar. Então, hoje eu conheço muitas duplas que cantavam lá e que foram os pioneiros. Zanilo e Zanete mesmo, é um casal que acabou se casando. A mulher a Zanete e o rapaz o Zanilo, acabaram se casando e continuam cantando. É uma dupla. É um casal e uma dupla sertaneja. Esse Zanilo foi um dos pioneiros. Se você procurar, você ainda vai achar alguma fotografia alguma coisa documentada dessa dupla caipira. (ANEXO A, p. 147).

Segundo Carneiro, essa reorganização resultou no Clube da Viola, que até hoje reúne catireiros, violeiros, cantores e compositores interessados na cultura caipira. Ação do Estado também se faz sentir na parte educacional, fortalecendo o perfil estudantil da cidade. Em 1988, o governador Orestes Quércia incorporou o Colégio Técnico e a Universidade de Bauru à UNESP. No mesmo segmento, mas do setor privado, 1989 é o ano em que a Universidade Sagrado Coração, ligada ao Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus, estimula o surgimento de mais uma orquestra:

Em abril de 1989 estreava em Bauru, no teatro da Universidade do Sagrado Coração (USC), a Orquestra Arte e Cultura de Bauru. Sob a regência da jovem maestrina Hilda Campos, destaque em âmbito nacional, a orquestra contava com 31 músicos: 18 violinos, seis violoncelos, três violas, um violão e três clarinetas. Infelizmente, esta iniciativa teve duração efêmera. (COSTA et al 2014, p. 253).

Outra ação do poder Público concretizou-se em 13 de maio de 1991. A UNESP FM entra no ar, trâmite que ocorria desde 1989. Com uma programação muito diversificada e plural, como analisamos em nossa dissertação, a emissora não mantém horário fixo para a música local. Entretanto, distribui as canções independentes em meio a outras e abre espaço para divulgação de apresentações e entrevistas.

De 1998 a 2006, mais uma iniciativa da Universidade Sagrado Coração, a fundação da Orquestra de Câmara da USC:

Tal iniciativa partiu da Reitoria da Universidade e da Fundação Veritas como forma de difundir a cultura através da música erudita em Bauru e Região. Sua formação compreendia trinta e sete instrumentistas distribuídos entre as cordas, madeiras, metais e percussão. Ademais das atividades com recitais, a orquestra foi uma grande escola de música, cuja forte base pedagógica permitia oferecer aperfeiçoamento técnico e estilístico aos seus músicos. Assim é que, além dos músicos admitidos por concurso, ofereceu possibilidade de estágio para músicos mais jovens, em formação, que desejavam conviver e crescer dentro de um grupo que visava o aprimoramento de sua performance. A Orquestra de Câmara da USC (OCUS), regida pelo professor da USC, Marcos Virmond, apresentou-se em vários municípios da região e também no Teatro São Pedro, na capital do Estado. (COSTA et al, 2014, p. 253).

De repertório erudito, a OCUS buscava valorizar os talentos revelados pela USC, tais como Rogério Lourenço dos Santos¹⁰¹ (o Tutti), Maria Cecília Raab Forastieri, Rosa Maria Tolon Marin¹⁰², Silvia Molan, Vicente Della Tonia Junior, Michele Rosita Mantovani, Leoni Peppe D'Adderio, Marcelo Maganha e outros.

Assim como no Rio de Janeiro do século XIX (NETO, 2017, p. 29), Bauru também tinha, e ainda tem, Folia de Reis, liderado por Antônio Correia¹⁰³, líder do Grupo Folia de Reis. Iniciativa que só poucos anos atrás obteve destaque da mídia, permanecendo muitos anos desconhecido e isolado em seu bairro.

Podemos dizer que, de forma geral, Bauru chega aos anos 1990 já quase sem nenhum espaço para que os músicos apresentem seus trabalhos nos meios de comunicação. O uso do estilo de comunicação FM, *grosso modo*, apresentando mais músicas e rápidas intervenções de locutores, dominou o cenário. Mas, veremos, o espaço vai ficar mais exíguo.

2.2.4 – Dos anos 2000 até hoje

Em 2002, a Veritas FM, rádio educativa ligada à Universidade Sagrado

¹⁰¹Biografia de Tutti em https://pt.wikipedia.org/wiki/Rogerio_Tutti acesso em dezembro de 2019.

¹⁰²Última apresentação registrada pelo Jornal da Cidade de Bauru <https://www.jcnet.com.br/noticias/cultura/2019/09/698124--a-musica-esteve-em-festa-no-conservatorio.html> acesso em dezembro de 2019.

¹⁰³ A matéria mais recente que encontramos sobre o Grupo Folias de Reis está disponível em <https://www.jcnet.com.br/Geral/2018/01/bauru-volta-a-ter-folia-de-reis-nesse-sabado.html> acesso em 15 de out. 2018.

Coração, USC, é inaugurada. Por 9 anos trabalhamos nesta emissora (até seu fechamento em 5 de dezembro de 2012), muito aberta a experimentações, mas igualmente interessada em angariar ouvintes. Isso levou a programação da emissora educativa não temer as novas modalidades de música comercial, buscando equilibrar sua função de meio de comunicação de massa e emissora cultural e educativa. Devido à proximidade com o curso de música da USC, diversos alunos se apresentavam ao vivo, especialmente às segundas-feiras, no programa Sem Palavras, em que explorávamos o universo da música instrumental brasileira com o coordenador do curso, professor Cláudio Corradi. E, diariamente, das 11h30min. às 12h. a emissora abria espaço para as gravações locais. Como cada gravação tinha um contexto próximo aos ouvintes (shows, apresentações comemorativas, sons de bares populares, etc.), o público participava pedindo e indicando músicas. Ademais, os programas permaneciam abertos à divulgação de apresentações, entrevistas, lançamentos de EPs e CDs, etc.

Essa concessão de rádio educativa da USC, uma instituição de ensino superior privada, sofreu pressões por seu caráter não lucrativo (bem como a editora, a orquestra, o canal de TV universitário, entre outros projetos da instituição), especialmente quando as multinacionais do ensino superior do país começam a chegar a Bauru. O que já era difícil ficou impossível, levando a instituição a alterar seu modo de funcionamento e demitir muitos funcionários. Porém, podemos afirmar que a busca da Veritas FM de oferecer uma programação popular (muito limitada, em termos de gênero) permeada de boletins curtos, programetes e entrevistas, com uma plástica de FM comercial (vinhetas explosivas, locuções rápidas, etc.), deixou à mostra o quanto a programação da outra emissora educativa da cidade, a UNESP FM, estava baseada em um modelo antigo de emissora educativa: poucas vinhetas, abrangendo um número de gêneros musicais muito elevado para permitir que o ouvinte pudesse se habituar com um programa, locuções padrão pouco interativas, falta de critério nas técnicas de programação, entre outros detalhes que analisamos em nossa dissertação (LEITE, 2012).

De acordo com nossa análise, a UNESP FM era uma verdadeira enciclopédia musical, muito útil para quando não tínhamos muitos canais disponíveis. Todavia, com o aumento significativo de canais e formas de ouvir músicas, sua forma de vitrine plural de gêneros (baseada em um modelo constitucional de comunicação pública), somada à pouca interatividade com o ouvinte, parece-nos tanto desatualizada quanto abnegada forma de

resistência. Por trabalharmos nas duas emissoras, as diferenças nos eram claras e, à época, as duas emissoras comportavam-se de forma complementar para quem gostava de música. Cremos que a participação dos ouvintes nas duas (maior na Veritas) pode engendrar uma pesquisa interessante.

No que tange a música independente, nosso foco, a Veritas FM manteve vários programas diários dedicados aos músicos da cidade. A UNESP FM trabalhava técnica diversa, mesclando algumas gravações independentes no meio da programação e entrevistas quando havia apresentações e lançamentos de discos. Como é sustentada pelos contribuintes do Estado de São Paulo, a UNESP FM mantém-se até hoje, sem necessidade de preocupações econômicas.

Confirmando a atuação do poder público no estímulo às artes, em 2004, a Secretaria Municipal de Cultura cria a Orquestra Sinfônica Jovem (COSTA et al, 2014, p. 254). Em 2011, é inaugurada a TV UNESP, outro espaço para os músicos locais (que diminuiu, após a série de demissões dos funcionários terceirizados de alguns anos para cá). E em 2015, é inaugurada a Rádio Câmara Bauru, que é a única a manter espaço fixo na sua grade de programação para o músico de Bauru.

Fora da comunicação pública, as TVs já são retransmissoras há anos, e o conteúdo local aparece em entrevistas eventuais nos telejornais e em coberturas de eventos pontuais. Conforme já mencionamos, a satelitização transformou parte das emissoras de rádio locais em retransmissoras, também relegando o trabalho de artistas locais a alguns minutos dos radiojornais e programas de entrevista. As emissoras de rádio que ainda não foram satelitizadas utilizam o sistema Crowley¹⁰⁴, que na prática unifica a programação das emissoras e oficializa o chamado jabá. O sistema acabou se tornando parte considerável do faturamento das pequenas emissoras, não deixando espaço para outras músicas. Na mídia impressa, apresentações musicais aparecem sem muito destaque na seção de Cultura e na agenda cultural.

De resto, nessas quase duas décadas houve o fechamento das Oficinas Culturais do Estado de São Paulo em 2015¹⁰⁵, com aprofundamento de parcerias públicas com

¹⁰⁴ A empresa facilita o controle da veiculação dos anúncios comerciais por parte dos anunciantes. Na prática, controla também a programação musical, que chega pronta e, se executada, garante o pagamento à emissora. Detalhes em <http://www.crowley.com.br/> acesso em março de 2020.

¹⁰⁵ Detalhes em <https://www.jcnet.com.br/noticias/cultura/2015/03/433652-bauru-perde-oficina->

organizações privadas e promulgação de editais que distribuem verbas e possibilitam apresentações artísticas no Estado. Isso fez com que as ações do governo do Estado rareassem na cidade. É a Secretaria Municipal de Cultura que continua a manter eventos, o PEC¹⁰⁶ (que anualmente distribui verbas a ações culturais diversas) e os Pontos de Cultura (que descentraliza as ações públicas).

A força do Rap e do Funk locais não chegam às emissoras. Tampouco o Sertanejo Universitário e o Samba locais. Cada um dos músicos que trabalha com esses gêneros mais populares mantém suas agendas de apresentações (que, muitas vezes, extrapolam os limites da cidade), mas pouco aparecem nos meios de comunicação da cidade. Já os músicos de MPB acabam tendo mais espaço nas emissoras públicas, mas também não aparecem com frequência nos meios de comunicação de Bauru. A divulgação dos artistas locais fica por conta deles mesmos em suas mídias digitais, às vezes, por parte dos bares e restaurantes em que vão se apresentar ou por parte dos organizadores de festas e eventos.

Da mesma forma como chegou com atraso o modelo que substituiu os músicos nas emissoras nacionais por discos aqui em Bauru, a força dos gêneros mais populares hoje, refletidos nas medições do ECAD, já citadas, o Rap e Funk ainda não chegaram com força total nas emissoras locais. Mas seu som já ecoa das festas e dos dispositivos dos mais jovens. O sertanejo sofreu menos resistência, talvez por uma identificação preexistente maior. E, claro, o público que consome os outros gêneros continua a existir, mas já não move o mercado com a mesma força de anos atrás. É importante que se diga que abarcar todos os movimentos é praticamente impossível. Nesses tempos de dispositivos móveis onipresentes, a mistura de gêneros conforme o humor do usuário é cada vez mais amplo. Difícil encontrar tribos de roqueiros, que não ouçam sertanejo em churrascos, por exemplo. Enfim, os independentes mantêm-se ligados majoritariamente a um gênero, mas os limites entre as diversas correntes musicais estão cada vez mais tênues.

No próximo capítulo, veremos como os músicos organizam suas carreiras. E como o público da cidade percebe as ações musicais locais.

cultural.html acesso em março de 2020.

¹⁰⁶ Detalhes em <https://www2.bauru.sp.gov.br/cultura/pec.aspx> acesso em março de 2019.

Na vida sou passageiro
E também motorista
Fui trocador, motorneiro
Antes de ascensorista
Tenho dom pra costureiro
Para datiloscopista
Com queda pra macumbeiro
Talento pra adventista
Agora sou mensageiro
Além de paraquedista
Às vezes *mezzo* engenheiro
 Mezzo psicanalista
Trejeito de batuqueiro
A veia de repentista
Já fui peão boiadeiro
Fui até tropicalista
Outrora fui bom goleiro
Hoje sou equilibrista
De dia sou cozinheiro
À noite sou massagista
Sou galo no meu terreiro
Nos outros abaixo a crista
Me calo feito mineiro
No mais, vida de artista.

Vida de Artista - Itamar Assumpção, CD Pretobrás, 1998.

CAPÍTULO 3

3 – Introdução

A música de Itamar Assumpção que abre esse capítulo é impregnada de imagens que suscitam a ideia do músico não estabelecido como um trabalhador que precisa sobreviver utilizando-se de diversas habilidades, enquanto teima em continuar sua “vida de artista”, profissão que não lhe rende os ganhos necessários. Itamar exercitou, até o final da vida, em 2003, as suas aptidões de um refinado malabarista, talento principal para quem escolhe o desafio de viver como artista.

No dicionário *online* Michaelis, a palavra autônomo¹⁰⁷, define alguém que “tem autonomia” para sustentar e governar a vida pelas “suas próprias leis”. Entretanto, no mundo real do trabalho cotidiano, os trabalhadores autônomos são aqueles que não têm vínculo formalizado com nenhum empregador e que, também, não têm capital para investir em alguma iniciativa produtiva, ou que não possuem reservas para sobreviver um longo intervalo de tempo sem realizar alguma atividade remunerada. Ou seja, a sua autonomia é sempre remunerada por tempo determinado e, normalmente, só é suficiente para sobreviver algumas horas depois da realização do último trabalho.

Basta um olhar mais cuidadoso para perceberemos isso nos espaços que frequentamos. No ambiente de rádio, por exemplo, as satelitizações e compra de horários por igrejas diminuíram o mercado de trabalho e, muitos radialistas, especialmente os da área esportiva, firmaram grupos de trabalho que atuam em condições precárias: na prática compram horário e atuam paralelamente como vendedores. Os jornalistas, já ausentes das emissoras de pequenas cidades, aqui em Bauru foram transformados em Pessoas Jurídicas (a chamada pejetização), isso quando também não atuam como prestadores eventuais de serviços (os freelas) e vendedores de publicidades para garantir um ganho extra. Mesmo emissoras públicas têm adotado, sem êxito, a terceirização de profissionais que fazem parte da atividade fim das emissoras (câmeras, produtores, editores, jornalistas, cenógrafos, locutores, operadores, etc.), criando classes distintas de trabalhadores: os concursados e os que podem sofrer demissão (problema que, infelizmente, atinge a UNESP). A situação, cremos, somente não é pior do que aquela enfrentada por diaristas

¹⁰⁷Em <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=aMme> acesso em março de 2020.

e profissionais de segurança, das primeiras categorias profissionais a sofrerem com a terceirização.

No ambiente acadêmico, muitos professores são contratados para uma ou duas aulas por semana, transformando a docência em um mero complemento de renda (um bico, diria a linguagem mais popular). No serviço público, os estudantes de pós-graduação são orientados a participarem de seleção para professores substitutos, a fim de contabilizar horas de experiência a seus currículos. O cenário se ampliou e se tornou mais complexo, permitindo que algumas universidades públicas não mais abrissem concursos para contratar professores efetivos. Nesses dois primeiros exemplos de ambientes que sofrem com a desregulamentação, novas regras são criadas para permitir a precarização.

Fica evidente que a desregulamentação atinge seu ápice ao aplicar o modelo de trabalho dos chapas de beira de estrada (que prestam serviços braçais, de carregamento de cargas, por algum pagamento) a setores antes regulados através de aplicativos. Caso dos aplicativos que permitem baratear os transportes individuais: além dos óbvios problemas ambientais e de tráfego nos médios e grandes centros urbanos, os chamados motoristas de aplicativos (ou uberizados), arcam com todo os custos e garantias pela, digamos, liberdade de trabalhar. Acumulam-se casos de desempregados que alugam carros para poderem atuar como taxistas de aplicativo, de motoristas que sofrem acidentes por falta de descanso e até adoecimentos sem possibilidade de auxílio.

No caso dos músicos, a lógica é a mesma: não são considerados desempregados, mas profissionais liberais. Na prática, trocam seu tempo de trabalho por apresentações, especialmente nos finais de semana.

Em 2019, o IBGE¹⁰⁸ divulgou o número de informais: quase 25 milhões de pessoas, ou 41% dos brasileiros, exercem alguma atividade remunerada sem registro. No mesmo estudo, O Instituto mencionava 11% de desempregados. Evidenciamos que esses dados foram os maiores já registrados na série histórica da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Com a crise causada pela pandemia de Covid-19, que gerou mais desemprego e restrições de ganho aos informais, o próprio governo Federal estima que

¹⁰⁸ Disponível em <https://censo2020.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/25534-desemprego-cai-para-11-8-com-informalidade-atingindo-maior-nivel-da-serie-historica.html> acesso em maio de 2020.

mais de 70 milhões de brasileiros¹⁰⁹ encontrem-se nestas condições (sem mencionar os chamados invisíveis, que não aparecem nos registros oficiais).

Assim, a precarização no universo laboral brasileiro aflige milhões de trabalhadores, os braçais, e os que têm alguma habilidade para a prestação de serviços, mas também alcança uma parcela cada vez mais significativa daqueles que têm aptidões, formação e traquejo para realizar atividades intelectuais e artísticas. Cantores e instrumentistas, quase sempre, são pessoas talentosas e, também sem dinheiro, que apostam nas possibilidades de sobreviver de suas artes trabalhando como artistas autônomos, em bares, restaurantes, boates, eventos etc. Profissionalmente, a vida de um músico sempre depende das ações de terceiros, porque ele depende sempre de alguém que o contrate para “animar” um ambiente para atrair um público consumidor, seja de comida, de lazer e entretenimento, seja de negócios; ele sempre será uma atração coadjuvante, será o ingrediente complementar dos interesses de um “empreendedor”. A maioria deles não ganha o suficiente para manter alguma reserva em casos emergências; tampouco, consegue dinheiro suficiente para pagar planos de saúde e um registro formalizado na Previdência Social, como trabalhador autônomo.

Creemos que nessa forma improvisada de viver, é ilusório pensar que cantores e instrumentistas consigam manter alguma forma de controle sobre as suas “carreiras profissionais”. Enquanto escrevemos esta tese em meio à pandemia de novo coronavírus, muitos músicos, devido ao isolamento social obrigatório ou recomendável, foram os primeiros a sentir a falta de oportunidades de trabalho e de fonte de renda, já que parte da lógica das apresentações é a reunião de pessoas para assistir às apresentações (e provavelmente serão dos últimos profissionais autorizados a voltar a atuar, pelo mesmo motivo). Uma das pessoas do ramo, com a qual temos proximidade, foi entrevistada pelo jornal local¹¹⁰ para falar dos efeitos da Covid-19 no trabalho dos artistas independentes e descreveu a situação dramática dos músicos sem serviço, e com previsão de piora.

O problema de saúde de ordem mundial serviu para expor as fragilidades do discurso que prega menos direitos e menos Estado em prol da “recuperação e

¹⁰⁹ Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/mais-de-462-milhoes-de-pessoas-ja-receberam-o-auxilio-emergencial> acesso em maio de 2020.

¹¹⁰ O nome da reportagem é “Artista sem palco: ‘estamos à deriva’ ” disponível em <https://www.jcnet.com.br/noticias/geral/2020/03/718762-artista-sem-palco---estamos-a-deriva.html> acesso em março de 2020.

desenvolvimento da economia brasileira”. Enquanto os professores tiveram as suas férias adiantadas, e os radialistas e jornalistas continuam a ir aos estúdios para apresentar o material informativo produzido em casa (sem saber por quanto tempo), os profissionais da música não têm quem lhes pague durante o isolamento social, para tocar em casa para um público que possa assisti-los virtualmente. Do mesmo modo que eles foram dos primeiros profissionais a terem seus conteúdos apropriados sem remuneração, pelas mídias digitais, agora na pandemia, os músicos também foram os primeiros a perder as suas fontes de sobrevivência.

Então, perguntamos, como o fizemos no primeiro capítulo, ao justificar a opção pelo uso dos termos advindos de cibernética (cibercultura, etc.): onde está o controle? Certamente não está nas mãos dos usuários de aplicativos, tampouco nas mãos dos trabalhadores. As rédeas dessa nave estão nas mãos dos donos dos segmentos musicais, comunicativos, da internet, entre outros. Ou seja, dos provedores organizados de conteúdo massivo e de acesso à rede. Conforme diversos artigos da Constituição Federal, compete ao Estado a proteção dos patrimônios material e imaterial do Brasil: histórico, cultural, artístico, paisagístico, turístico, aos bens e direitos relacionados a esses patrimônios¹¹¹. Nem o Estado nem o mercado tomaram alguma atitude para preservar a vida dos artistas independentes, autônomos por viverem de sua arte, mas dependentes de público e de contratantes.

Como já mostramos no primeiro capítulo, a situação é antiga, pois os músicos foram dos primeiros a terem suas obras, digamos, socializadas não pelos seus autores, mas por terceiros. Taplin (2017) detalha o procedimento do chamado GAFA (Google, Amazon, Facebook e Apple) e outros buscadores e difusores de conteúdo, que se dizem agregadores de conteúdo (alheio), para fugir das obrigações com os direitos autorais e conexos dos produtores de conteúdo, apesar de auferirem os maiores lucros globais com a audiência a suas plataformas. Sabemos que isso vem mudando, aos poucos, especialmente nos países mais desenvolvidos. Por aqui, autores como Carlos Alberto Bittar vêm trabalhando a questão da propriedade intelectual na internet, de forma a busca o equilíbrio entre os que fornecem e desenvolvem a estrutura e o ambiente digital e a proteção aos autores de bens imateriais:

[...] não se pode conceber que a sociedade amplificada pela vida virtual seja

¹¹¹Veja os artigos: 23, 24, 30, 129, 216 e 225, por exemplo.

uma autorização em branco para a anarquia digital. Por isso, a defesa do direito de autor acompanha os esforços técnicos de especialistas no sentido de permitir que usos livres estejam andando *pari passu* com o respeito ao direito do autor. (BITTAR, 2015, p. viii).

Evidentemente, houve iniciativas autônomas durante a pandemia que devemos registrar: alguns músicos fizeram apresentações ao vivo, direto de seus estúdios ou de suas casas (as chamadas *lives*¹¹², pelo Facebook, Instagram e YouTube). Uma pequena parcela deles conseguiu monetizar a iniciativa, arrecadando gorjetas *online*. A cantora, mencionada na matéria, que foi entrevistada sobre a situação dos músicos de Bauru durante o isolamento, criou junto com outro cantor e violonista, um sistema de serenatas, iniciativa que parece estar funcionando¹¹³. Infelizmente, a maioria dos artistas, em especial os cantores que não tocam instrumentos, não recebe ajuda suficiente para sobreviver durante a crise da Covi-19.

A evolução desse mercado musical independente, cujo resumo elencamos no segundo capítulo, talvez não assegure alguma melhora na situação dos músicos, desde do início das Indústrias Culturais e dos Meios de Comunicação de Massa. A pesquisa teórica e de campo que realizamos para a produção da tese, nos mostrou um cenário com aumento da complexidade dos fatores envolvidos e, também, a grande agilidade de adaptação dos chamados *players* dos mercados envolvidos. A manutenção ou a reconfiguração do predomínio dos sistemas de “registro e difusão da produção musical”, mesmo durante os ciclos de atualização ou de mudança tecnológica, sempre impediu que ocorressem mudanças significativas nas condições de ganho econômico e melhoria de vida dos artistas autônomos.

Desde o início das primeiras técnicas de gravação musical, os artistas tiveram que aceitar a conviver com a apropriação de seus talentos, um abuso sempre cometido por quem tinha os recursos para gravar, prensar, comercializar e distribuir os discos. Ou seja, os donos das gravadoras, dos sistemas de divulgação e de distribuição sempre ficaram com a boa parte daquilo que era criado pelos artistas. Mesmo que, ao longo do século passado, cantores, músicos e arranjadores tenham se mobilizado muitas vezes, para

¹¹² Aqui uma matéria sobre o sucesso dessas apresentações ao vivo e a distância: https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/08/coronavirus-para-luciano-lives-em-redes-sociais-sao-um-caminho-sem-volta.htm?fbclid=IwAR3DTRlmzO5VIT6ZniHHdmNmCJcPnH_LCnJ_WxIVGGaQJCJ8qIMvxEk0s7c acesso em maio de 2020.

¹¹³ Disponível em <https://www.jcnet.com.br/noticias/cultura/2020/04/720388-serenata-com-isaac-denise.html> acesso em abril de 2020.

reivindicar regulamentação e respeito aos direitos autorais. Com o desenvolvimento do rádio, do cinema sonoro, da televisão, e mais recentemente da informática e da internet, a relação da indústria musical constituída pelas antigas gravadoras e os meios de comunicação com os operários da criação musical, sempre foi de profunda exploração econômica e pessoal.

Sempre coube aos artistas o desafio de criar, de renovar os estilos tradicionais, de reinterpretar criações antigas e de buscar novas formas de se expressar musicalmente, a até, de comportar-se cenograficamente dentro de um verdadeiro *star system*, como o criado por Hollywood. Da mesma forma como é feito na indústria de cinema americano, a imagem pública de um artista tornou-se tão importante quanto o seu talento musical, a partir do momento que a imagem fotográfica e audiovisual, ou seja, a imagem pessoal do artista foi incorporada midiaticamente como um insumo artístico, como um fator importante para a divulgação e para a aceitação do artista pelo público que consome não só áudio gravado, mas as suas roupas, penteados e coreografias em apresentações em videoclipes e em shows midiáticos ou ao vivo.

Mesmo os artistas independentes, aqueles apenas que sempre cantaram nas noites, nos bares, jantares, que animavam boates e cabarés, não escaparam da lógica publicitária que passou a exigir a glamourização de suas imagens pessoais, a lhes cobrar durante as suas apresentações a composição e exibição de uma *persona* cenográfica. Ou seja, ao longo de evolução das tecnologias de registro e de reprodução sonora, os meios de comunicação foram incluindo mais recursos técnicos nas suas linguagens apresentadas aos públicos. Também os esquemas publicitários, com as suas inserções de *merchandising* durante as apresentações artísticas, sempre obrigaram os cantores e instrumentistas a aprender, dominar e se adequar às todas as exigências que eram feitas pelos donos da produção musical. Na prática, desde o início do mercado da música gravada os artistas continuaram usufruindo de uma parcela diminuta de todos avanços econômicos registrados por um setor midiático glamourizado, que criou verdadeiros bilionários no mundo capitalista. Situação que se impõe aos músicos autônomos e, para alguns, serve até de atrativo e objetivo pessoal, mesmo sem receber nenhuma remuneração adicional pela criatividade e o talento que devem demonstrar.

Para verificarmos o quanto o cenário teórico e histórico apresentado representa a realidade do objeto que estamos pesquisando, realizamos duas idas a campo (limitadas

pela pandemia). Fizemos uma entrevista estruturada com um representante de cada um dos nove gêneros mais populares, conforme adiantamos no primeiro capítulo: Rock, MPB, Samba, Funk Carioca, Rap, Música Pop Nacional, Música Pop Internacional, Sertanejo Universitário e Música Eletrônica. A seleção dos entrevistados seguiu, como já dito, os gêneros mais populares no ECAD e os mais populares e historicamente consolidados na cidade de Bauru. Foram 3 mulheres (MPB, Rap e Funk) e 6 homens. Infelizmente, há pouca representatividade étnica e de gênero, pelas dificuldades de encontrar compositores que aceitassem participar das entrevistas (após algumas recusas, diga-se).

Aproveitando as lições que tiramos das entrevistas abertas que realizamos para o segundo capítulo, cujo volume de dados foi enorme, encobrimo o direcionamento planejado, as entrevistas quase tiveram a rigidez de um questionário: utilizamos as mesmas perguntas a todos os convidados. As questões foram feitas por diversos meios: pelo Whatsapp, por correio eletrônico, por telefone e pelo Facebook. As declarações de autorização encimaram todos os formulários, mas devido ao surto de coronavírus, por enquanto, não conseguimos as assinaturas, apenas a anuência verbal de uso. Todas as entrevistas estão disponíveis na íntegra nos Apêndices C, D, E, F, G, H, I, J e K, na seguinte ordem: C-MPB, D-Samba, E-Rock, F-Pop Internacional, G-Eletrônica, H-Rap, I-Pop Nacional, J-Sertanejo e K-Funk.

Com a outra ida a campo, uma enquete com o público, buscamos medir como a população da cidade percebe e se comporta com relação ao consumo da produção musical de artistas locais. A enquete estava aberta a todos os interessados por música independente com acesso à internet. A enquete seguiu os seguintes parâmetros: considerando que Bauru tem 376.818 habitantes¹¹⁴, e sabendo da pesquisa PNAD Contínua de 2017¹¹⁵ que mediu que no Estado de São Paulo havia 87,6% de pessoas com acesso à internet, utilizamos como parâmetro proporcional uma população de 330.092 usuários de internet em Bauru. O cálculo amostral sobre esse número, com um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 6%, nos deu um tamanho amostral de 267

¹¹⁴Dados de 2019, disponíveis em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/bauru.html> acesso em abril de 2020.

¹¹⁵Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais> acesso em abril de 2020.

pessoas¹¹⁶. Utilizamos uma ferramenta *online* do Google, e distribuímos a enquete em grupos de Whatsapp, Facebook (inclusive impulsionamos a mesma pelo aplicativo de Mark Zuckerberg) e Instagram. A data de lançamento foi o dia 4 de março de 2020, e as perguntas ficaram disponíveis para os possíveis respondentes, até o 30 de março de 2020. Houve respostas de 286 pessoas; os resultados completos estão no Apêndice L.

A partir daqui, apresentamos os resultados das duas pesquisas, guardando as conclusões para o quarto capítulo.

3.1 – Formulário com as respostas dos músicos

Segundo Antonio Carlos Gil, a “entrevista estruturada desenvolve-se a partir de uma relação fixa de perguntas, cuja ordem e redação permanece invariável para todos os entrevistados” (GIL, 1994, p. 117). A forma como esse formulário de questões foi apresentado aos músicos variou, por conta da pandemia e do isolamento social. A maioria das abordagens foi feita por videoconferência, nenhum formulário foi apresentado pessoalmente. Para alguns desses, somente apresentei as questões e enviei o arquivo para que respondessem com mais tempo. Porém, dois músicos não dispunham de internet para isso: um deles conseguiu responder por Whatsapp, e outra pessoa respondeu pelo telefone enquanto marcávamos e digitávamos as respostas.

Identificaremos os participantes pelos seus respectivos gêneros: MPB, Samba, Rock, Pop Internacional, Eletrônica, Rap, Pop Nacional, Sertanejo e Funk. Fizemos questão de escolher compositores que, se possível, vivessem exclusivamente de música e de gêneros musicais diferentes, para tentar identificar as possíveis diferenças e semelhanças entre os músicos. Por isso, adiantamos a segunda pergunta do formulário, na qual pedimos aos participantes para escreverem a sua biografia de forma resumida e quanto anos de carreira tinham em 2020. De forma resumida, usamos as respostas (na

¹¹⁶O cálculo foi feito pelo portal Survey Monkey. Disponível em https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/?program=7013A000000mweBQAQ&utm_bu=CR&utm_campaign=71700000064157503&utm_adgroup=58700005705977647&utm_content=39700052004881803&utm_medium=cpc&utm_source=adwords&utm_term=p52004881803&utm_kxconfid=s4bvpi0ju&gclid=CjwKCAjwkPX0BRBKEiwA7THxiERKpMTFCVkvVOSUoFxb63IDitNLCUGcqtnl7wG5bULQI8EvovUEGQxoC_zAQAvD_BwE acesso em março de 2020.

íntegra nos Apêndices da pesquisa) para apresentar os cantautores:

A nossa representante da MPB tem 19 anos de carreira, histórico de shows no Brasil e no exterior e vários registros de participação em CDs de outros artistas. Nesse ano, ela lançou um disco próprio.

Representando o Samba, nosso participante tem 22 anos de carreira e várias passagens em grupos de samba e choro na cidade.

Já o Rock é representado por um músico com 25 anos de estrada, atuando na linha do Punk em várias bandas, uma delas com presença em eventos internacionais.

O entrevistado que identificamos como um representante do Pop Internacional, é músico há 12 anos e atuou muitos anos em Bauru; atualmente reside em Florianópolis. Inclusive recebemos em 2011 um de seus 8 CDs autorais de músicas internacionais mais ao estilo Folk, e as inserimos na programação da Veritas FM e da Unesp FM, as duas emissoras em que atuávamos na época.

Já a música Eletrônica é representada por um jovem cuja carreira começou em 2014. Tem experiência em produção audiovisual e atua profissionalmente com coletivos de música na região, no estilo *underground*.

Outra pessoa jovem representa o Rap, com início de carreira também em 2014, e com experiência de organização de coletivos de música na região de Bauru e Ourinhos.

Por sua vez, o representante do Pop Nacional tem 15 anos de carreira. É técnico de Áudio pelo CAM (Colégio de Aprendizagem Moderna, de São João de Boa Vista) e tem um estúdio de gravação em Bauru.

O músico que optou pelo Sertanejo Universitário tem uma dupla há 6 anos. Nosso representante tem 10 anos de carreira e o seu companheiro, 20 de atuação profissional. Já se consolidaram como artistas do circuito de festas e rodeios do Estado de São Paulo e, também fora dele.

A representante do Funk, apesar de jovem (24 anos), tem 7 anos de carreira e uma produção bastante localizada.

Cremos que o intuito inicial de entrevistarmos músicos de fora de nossa atuação profissional (conhecíamos o trabalho de apenas 3 deles), com diferentes experiências e perfis (idade, gênero musical e sexual, etc.) foi alcançado.

Devidamente apresentados os entrevistados da pesquisa de campo, seguimos com o detalhamento do formulário que cada um deles respondeu. Algumas perguntas foram fechadas, quando julgamos pertinente oferecer um número limitado de respostas possíveis e que nos permitiram saber quantitativamente as preferências dos participantes. Outras foram abertas, possibilitando que os entrevistados ficassem livres para responder o que entenderam, respostas em que faremos uma análise qualitativa.

3.1.1 – Perguntas fechadas

As 6 perguntas fechadas, a seguir, permitiram medir algumas informações que poderiam ser padronizadas. A primeira “Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?”, continha todos os gêneros (Sertanejo Universitário, Funk Carioca, Pop Nacional, Pop Internacional, MPB, Rock, Samba, Música Eletrônica e Rap). Com exceção de dois músicos, um que selecionamos por apresentar seu primeiro trabalho como Pop Nacional, que marcou mais duas opções (Rock e MPB) e outra que escolhemos pelo seu trabalho com Rap, mas, também marcou Pop Nacional; todos os outros entrevistados escolheram apenas um gênero, o que coincidiu com a nossa percepção sobre o trabalho de cada um dos artistas.

Para a terceira questão “quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação”, cujas respostas-padrão eram “digital”, “analógico”, “ambos” ou “nenhum”, obtivemos as seguintes respostas: 5 escolheram a opção “ambos” (MPB, Samba, Rock, Eletrônica e Funk) e 4 escolheram “digital” (Pop Internacional, Rap, Pop Nacional e Sertanejo), ou seja, 44,4% já usam exclusivamente o digital.

A quarta, que perguntava “Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?”, tinha como opções “Facebook”, “Instagram”, “Whatsapp”, “Google”, “YouTube”, “rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.)”, “webrádios e webTVs”, “videogames e vídeos”, “Portais de Internet. Qual?”, “Outro. Qual?” e, por último, “Nenhum”. As respostas foram as seguintes:

- a) 100% dos entrevistados afirmaram utilizar o Facebook, confirmando a popularidade do aplicativo, apesar das dificuldades de fazer chegar o conteúdo a todos os seus relacionamentos.
- b) 2 terços dos entrevistados disseram fazer uso do Instagram.
- c) 44,4% dos participantes disseram usar, profissionalmente, o Whatsapp.
- d) Somente 1 dos participantes afirmou utilizar o Google como ferramenta de divulgação. Aliás, o representante do Rap afirmou utilizar todas as opções.
- e) 88,9% dos entrevistados utilizam o YouTube, ou seja, apenas o representante do Samba não faz uso da ferramenta (uma das mais populares na divulgação musical, como veremos na pesquisa com o público).
- f) Quando perguntamos sobre rádios sociais, como Deezer e Spotify, 55,5% confirmaram disponibilizar suas composições nesses ambientes. Os representantes do Rock, Eletrônico, Pop Nacional e Funk foram as exceções.
- g) Quando perguntamos sobre webrádios e webtevês, apenas a representante do Rap afirmou utilizá-los como parte de sua estratégia de divulgação.
- h) O mesmo ocorreu com a opção “Videogames e vídeos”: a representante do Rap afirmou que esse tipo de mídia apresenta um bom retorno.
- i) Ao perguntarmos sobre portais de internet, a representante do Rap marcou a opção, mas não especificou qual era o utilizado. O representante do Pop Internacional mencionou o portal FolkdaWorld¹¹⁷, que concentra as produções de *Folk Music* feitas no Brasil e que tem, segundo os responsáveis pela página, “blog, site, canal no YouTube, Playlists no Spotify, Podcast”, além de realizar “lives no Facebook” e “pocket shows”, apoiar e participar de “curadoria em festivais”; e o representante da Eletrônica incluiu os aplicativos MixCloud e SoundCloud de divulgação de arquivos de áudio.
- j) E, por fim, o único a marcar a opção “outros”, foi o representante de Música Eletrônica, que apontou o uso de Podcasts como mídia de divulgação.

Mirando a quinta pergunta, “Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?”, tínhamos as seguintes opções:

- a) Rádio: marcado por 55,5% dos participantes (MPB, Samba, Pop Internacional, Pop Nacional e Sertanejo).

¹¹⁷Detalhe em <http://folkdaworld.com/> acesso em abril de 2020.

- b) TV: mercado por 55,5% dos participantes (MPB, Pop Internacional, Rap, Pop Nacional e Funk).
- c) Trilhas para filmes e propagandas: mercado por 22,2%, ou dois participantes (MPB e Pop Internacional).
- d) Jornais: mercado por 1 terço dos músicos (Rock, Rap e Sertanejo).
- e) “Folhetos” foi a opção marcada por 55,5% dos participantes (Samba, Rock, Eletrônica, Rap e Sertanejo).
- f) Nenhum, 0%, explicitando que os meios de divulgação são partes inerentes da profissão.

Em comparação com a terceira pergunta, esta quinta questão mostrou que mesmo os que afirmam usar somente meios digitais para divulgar suas composições, também fazem uso de meios analógicos. Como já adiantamos, o uso dos meios analógicos e digitais é parte inerente da profissão de artista e, cremos, expõe a necessidade de aprender (ou contratar quem sabe) a manejar as diferentes mídias estrategicamente.

Por fim, perguntamos “Como tais recursos são usados?”. Eis as respostas:

- a) Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas: com 44,4% dos participantes (MPB, Pop Internacional, Eletrônica e Sertanejo).
- b) Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos: marcado por 1 terço dos participantes (33,3%), Rock, Eletrônica e Rap.
- c) Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária: 100% dos entrevistados escolheram essa opção.
- d) Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais: 44,4% escolheram essa opção (MPB, Pop Internacional, Eletrônica e Sertanejo).
- e) Outro. Qual? Não foi uma alternativa escolhida por nenhum entrevistado.

Apesar de não termos sido específicos, imaginamos que outros usos, como o uso de agências, profissionais (contratados ou voluntários) ou estratégias de marketing (distribuídas pelo ano, relacionadas a eventos, lançamentos, etc.) poderiam ser mencionadas.

Em nossa visão, esses dados sublinham e confirmam o modo intuitivo com que esses profissionais manejam suas carreiras. De fato, eles obtêm resultados. Mas a

atividade fica limitada à estratégia do menor custo.

3.1.2 – Perguntas abertas

Como ocorreu nas entrevistas do segundo capítulo, nossa estratégia foi começar por uma autobiografia, de forma aberta, o que funciona bem quando estamos frente a frente, deixando o entrevistado mais à vontade. À distância, porém, as respostas foram curtas, por vezes sendo preenchidas com ajuda de um *release*. Tivemos, então, que passar a comparar as respostas de cada um dos músicos entrevistados. Seguimos a ordem das questões apresentadas no formulário, com um resumo, quando possível, e a mesma sequência das respostas (MPB, Samba, Rock, Pop Internacional, Eletrônica, Rap, Pop Nacional, Sertanejo e Funk) quando foi necessário¹¹⁸.

3.1.2.1 – Pergunta 7

Como já utilizamos a pergunta biográfica (número 2), na análise partimos da pergunta aberta de número 7 “Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?”. Antes, porém, é interessante ressaltar que no período da realização das entrevistas, época de deflagração do isolamento social imposto pela Covid-19, muitos artistas comercialmente estabelecidos fizeram as chamadas *lives* em mídias digitais (Facebook, Instagram, YouTube e até o desenvolvimento de um aplicativo próprio para não ficar dependente dos aplicativos mencionados). Todo o aparato montado pelos artistas ou pelos seus patrocinadores, toda a publicidade gerada (muitas delas aproveitadas com exclusividade por algumas marcas patrocinadoras, inclusive pelos próprios aplicativos) acabou repercutindo na mídia tradicional, que praticamente estava refém de uma única pauta: o novo coronavírus e suas implicações.

Notamos que nenhum dos entrevistados, apesar de conhecerem o que estava acontecendo e de também realizarem *lives* com seus públicos, não citaram explicitamente o acontecimento em voga. É necessário enfatizar que a apropriação dos shows *online* pelos artistas da indústria hegemônica vale uma análise mais profunda, para que possamos investigar o quanto o circuito das mídias comerciais abertas consegue também direcionar nas redes sociais e em outros canais da internet, a divulgação dos assuntos de

¹¹⁸Importante destacar que as respostas estão na íntegra nos Apêndices.

seus interesses igualmente hegemônicos. Registramos, porém, que alguns dos músicos que conseguiram recordes de audiência no Youtube brasileiro revoltaram-se com as poucas regras da plataforma¹¹⁹, regras estas impostas pelas legislações brasileira e internacional (alguns até mencionaram construir seu próprio aplicativo para não depender do portal de vídeos do Google). Problemas relacionados¹²⁰ a consumo excessivo de bebidas alcoólicas (objeções impostas pelo CONAR) e apropriação de composições de outros autores sem autorização foram os principais entraves.

Quanto às respostas, todos, exceto o representante do RAP, sentem que o espaço de divulgação aumentou (só o representante do Rock não respondeu à pergunta). Mas a diferença de experiência de cada um dos profissionais ficou muito clara. Por exemplo, a representante da MPB, ponderou: “Acho que vivemos uma transformação muito rápida e profunda dos meios de comunicação. Os espaços virtuais são grandes e potentes, precisamos ocupá-los da melhor forma. Não sabemos muito bem como fazer isso ainda” (APÊNDICE C).

Já o representante do Rock enfocou as dificuldades pelas quais passa por atuar em um subgênero ainda considerado *underground*. Vale a resposta toda:

Dentro do estilo de música em que atuo, a divulgação sempre foi restrita. A maioria dos espaços que conseguimos foi por conta de, tanto eu quanto outros integrantes de bandas que toquei, termos trabalhado com jornalismo e comunicação, em geral. A melhor forma de reverter este quadro, na minha opinião, seria a partir da criação de espaços nas mídias convencionais para divulgar o trabalho dos músicos autorais e independentes, que na verdade apontam para um futuro da música. Vejo que muitas vezes, por falta de conhecimento, a mídia tradicional, coloca no mesmo patamar, o músico que só trabalha com covers e o que cria todas as suas próprias músicas. E o que só copia as canções dos outros, por tocar em barzinhos e baladas, alcança mais público do que o que dedica seu tempo e ensaio para criar canções novas, que geralmente falam sobre assuntos da cidade ou do contexto em que a juventude da nossa cidade está inserido (APÊNDICE E).

Situação que contrasta com a do nosso representante local, do Pop Internacional. Apesar do trabalho autoral, seu trabalho consegue uma penetração mais aceita pelos

¹¹⁹ Detalhes em <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/leo-dias/2020/04/18/youtube-da-tiro-no-pe-cria-regras-para-lives-e-consegue-derrubar-audiencia.htm> acesso em maio de 2020.

¹²⁰ Um dos músicos que mais lucraram até mencionou a possibilidade de construir seu próprio aplicativo de vídeos. Disponível em <https://www.folhavoria.com.br/entretenimento/noticia/04/2020/para-nao-depender-do-youtube-gusttavo-lima-criara-aplicativo-para-exibir-shows> acesso em maio de 2020.

meios de comunicação. Ele mencionou: “Em certo ponto tenho um pouco mais de penetração. Recebo convite para algumas coisas. Consigo algumas publicações em *sites*, entrevistas em rádios analógicas”, com a ressalva: “Mas também tenho que sempre manter informado dos lançamentos, etc.” (APÊNDICE F), dizendo de forma indireta que gerir e alimentar uma lista de contatos importantes para a divulgação de suas criações artísticas é uma tarefa que o músico deve manter em mente.

O músico continua destacando a grande quantidade de músicas ouvidas diariamente e o alto número de lançamentos, que obrigam o compositor a se adaptar a fórmulas mercadológicas de composição (“Músicas começam no refrão”). Ele finaliza:

O Negócio mudou. Concordo que música boa é uma música boa. Contudo se, se tem espaço para divulgar uma música “ruim” (TV, rádio ou internet) ela pode acontecer. Por outro lado, uma música com potencial mercadológico pode não chegar a ser ouvida pelo público, seja pela quantidade lançada e por não conseguir chegar mesmo, ou não ter estratégia de distribuição do conteúdo. Por exemplo: Existem alguns profissionais no segmento da música que você não encontra pesquisando no Google. Se quiser um profissional divulgador de rádio, não se acha (APÊNDICE F).

Ou seja, mesmo conseguindo divulgar sua música, o artista do Pop Internacional sente a necessidade de melhores estratégias de divulgação, ou de um profissional dedicado exclusivamente a fazer isso. E, mesmo assim, empresas que já fazem esse serviço de distribuição de conteúdo pago, como por exemplo, a Crowley, permanecem ocultas aos músicos autônomos (ou talvez, seja um artifício caro de se manter).

O músico do gênero Música Eletrônica enfatizou as dificuldades enfrentadas afirmando que “sem dúvida existe uma grande monopolização e é difícil competir com grandes gravadoras, pela divulgação que conseguem pagar”. Depois de ressaltar que a “nunca foi tão democrático” divulgar o trabalho que ele e seu grupo desenvolvem, o representante da Música Eletrônica disse que para atingir formas mais democráticas e igualitárias entre produtores de conteúdo, seria necessário “menos controle de *bigdata*, ferramenta com potencial de controlar aquilo que você irá ouvir” (APÊNDICE G).

De certa forma, ele e os outros músicos mostram que o uso de termos como “monopolização”, “*bigdata*”, *networking*, os dilemas sobre o gosto das pessoas e entre qualidade do trabalho *versus* a forma mercadológica mais acertada para alcançar um grande público e a quantidade, tanto enorme quanto incerta, de dinheiro para manter-se no sistema tradicional de gravadoras e de mídia para divulgação intensiva de um produto musical já estão incorporados ao pensamento das pessoas.

E, quando é um gênero ainda mantido à margem das programações de rádio e TV em Bauru, como é o Rap, apesar de sua grande penetração entre as camadas populares, a divulgação depende de “jornais independentes” para falar das festas e apresentações ou dos “jornais da cidade” para fazer a “cobertura do evento” (APÊNDICE H). A realidade de um gênero mais popularizado, mercantilizado e lucrativo para a mídia comercial é o oposto. No Apêndice J, o representante do Sertanejo Universitário tem uma posição muito mais otimista, certamente pela grande quantidade de público que consome este tipo de música, além das mídias tradicionais serem mais abertas à divulgação (jornalística) do gênero, o que também favorece a inserção dos artistas independentes. Ele afirmou: “Com a chegada da internet se tornou muito mais fácil para divulgar nossos trabalhos, uma vez que”, “certos meios de comunicação”, ainda são inviáveis “devido ao alto custo cobrado”.

Do mesmo modo, a representante do Funk deixou claro que, com a Internet o seu espaço de divulgação aumentou por causa do público que consome esse gênero (“Aumentou através de amigos mesmo” – no Apêndice K), especialmente pelo compartilhamento feito por amigos e pela divulgação espontânea.

Não podemos deixar de explicitar o quanto a situação da divulgação é complexa, envolve não só a qualidade e popularidade de um trabalho musical independente, mas o seu gênero, as conexões que os artistas colecionam entre o público, a relação possível com os profissionais de mídia e os influenciadores digitais. Também é determinante a quantidade de dinheiro para fazer a divulgação, a estratégia de onde e como investir para atingir o público, e, por fim, um conhecimento adequado das ferramentas digitais de uso livre ajuda bastante a impulsionar a visibilidade e audiência de artistas independentes (portais como Facebook, por exemplo, tem um verdadeiro labirinto de regras e procedimentos que podem amplificar o dinheiro utilizado para impulsionar um evento, mas que poucos conhecem).

Vejamos como os profissionais da música independente de Bauru se manifestam sobre este último ponto.

3.1.2.2 – Pergunta 8

A oitava questão era “Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas

gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?”. A ideia contida na questão foi medir o quanto a complexidade da divulgação digital estava encoberta pelo acesso gratuito e, pretensamente, intuitivo das ferramentas. Apesar de não sermos da área, sabemos que a divulgação em mídias digitais envolve um conjunto de fatores e conhecimentos que trabalham na definição de uma estratégia de divulgação, seja paga ou gratuita.

Mesmo um processo de divulgação pago, o chamado *impulsionamento*, requer um conhecimento fino sobre o tipo de público pretendido, a definição de palavras-chave, o conhecimento sobre os mecanismos de busca, o uso de filtros e detalhamentos no código de programação dos websites (*landing pages*, sites tradicionais, *hotsites*, configuração de *pixels*, etc.) que vão deixá-los mais aceitos e visíveis pelas plataformas (cada uma com regras e limites para atingir o público almejado) e buscadores gratuitos, questões relacionadas à escolha de imagens e vídeos, (envolvendo cores, tipo de vídeos, etc.) o modo como o texto é escrito para atingir a maior parte do público (o chamado *copy*), técnicas para descobrir como os concorrentes melhores posicionados atingem seu público e até a quantidade de dinheiro utilizado pela concorrência para atingir esse mesmo público.

As respostas se dividiram entre os que perceberam a complexidade do assunto (por experiência) e os que não precisaram disso e, portanto, não chegaram a expô-lo.

Entre os que não sentiram necessidade de aprofundamento nas técnicas de divulgação digital, estão os representantes do Samba, do Pop Internacional, da Música Eletrônica (“nunca”), do Rap (“o *impulsionamento* do seu trabalho vai depender de quanto você pode investir”), do Pop Nacional, do Sertanejo Universitário (“não tem sido difícil fazer uso dessas ferramentas tendo em vista que tudo é bem auto explicativo e dinâmico para utilização”) e do Funk.

Apenas a representante da MPB e o do Rock responderam afirmativamente. A compositora de MPB, nos últimos meses buscando divulgar seu trabalho nacionalmente, resumiu:

Sim, a todo momento. Não conseguir ser frequente nas postagens, não ter tempo de gerar pautas, conteúdos, não ter recursos ou habilidade pra conseguir filmar, editar, finalizar e divulgar materiais de qualidade (áudio e vídeo) e quando temos algum orçamento disponível, não saber a maneira correta de

impulsionar (patrocinar). (APÊNDICE C).

Na mesma direção seguiu nosso compositor de Rock:

A principal dificuldade é fazer as publicações atingirem um grande público sem investimento. Como todos os integrantes das bandas que atuei não viviam apenas de música, também não havia tempo sobrando para ficar desenvolvendo muitas estratégias de divulgação. (APÊNDICE E).

A existência de agências de publicidade que, nos últimos anos, têm se especializado em estratégias que vão além de simplesmente divulgar uma marca ou produto, demonstra a complexidade do assunto. Por exemplo, há agências na cidade especializadas em fazer vendas e que ignoram a criação de público (para curtir, compartilhar e comentar as publicações). Como as plataformas pertencentes a Mark Elliot Zuckerberg (Facebook, Instagram) vêm limitando a distribuição de conteúdo entre os amigos virtuais desde 2014 (fala-se em menos de 2% do público conectado a uma página ou perfil¹²¹, atualmente), as atualizações constantes dos profissionais de publicidade são necessárias.

Lembramos que outra plataforma digital de Zuckerberg, o Whatsapp, foi e é utilizada para burlar a legislação eleitoral brasileira por grupos endinheirados, com custos à democracia ainda não totalmente contabilizados, mas que foram admitidos pela empresa¹²². Enfim, os exemplos deixam claro a complexidade do assunto sobre as possibilidades comunicativas e de divulgação das redes e recursos digitais.

3.1.2.3 – Pergunta 9

A nona questão foi a seguinte: “As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais?”. Desde a época em que os artistas eram contratados pelas emissoras de rádio e deviam receber autorização de seus

¹²¹ Podemos ler um resumo do assunto em <https://br.hubspot.com/blog/marketing/declinio-alcance-organico-facebook> acesso em abril de 2020.

¹²² Disponível em <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/10/whatsapp-admite-envio-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-2018.html> acesso em abril de 2020.

contratantes para fazer apresentações ao vivo (normalmente nas férias), o show é considerado a melhor forma de remuneração para os músicos. Pelas respostas, percebemos que isso não é uma regra.

Paralelamente à questão financeira, a compositora de MPB destacou o lado artístico da relação com o público: “As apresentações ao vivo são o suprasumo, em minha opinião; a arte maior, que atinge mais profundamente. O momento de estar ao vivo, em contato com os ouvintes da sua obra é o mais valioso” (APÊNDICE C).

O representante do Rock destacou, além desses dois pontos, o engajamento do público das apresentações nas mídias digitais “sempre aumenta o número de seguidores após os shows nas páginas dos meus grupos atuais” (APÊNDICE E), mais fáceis de obter do que por meio de uma música gravada ou outro tipo de publicação. Ou como resumiu o compositor de Pop Internacional, “Se sua música ou você se conecta com a pessoa, fideliza-se. É para sempre.”. Entre os que confirmaram, os compositores de Rap e de Sertanejo Universitário consideraram que, apesar do ganho financeiro, as apresentações virtuais acabam tendo a vantagem de atingir um público maior (afinal, após gravada a música ou o videoclipe, o trabalho concentra-se na divulgação). O compositor de Sertanejo detalhou: “nos dias de hoje, com o grande número de duplas no meio, ficou bem mais difícil a concorrência. Já através dos meios digitais existem as possibilidades de outras pessoas terem acesso ao nosso trabalho”.

Já os compositores de Música Eletrônica, Pop Nacional e Funk responderam negativamente. Pela especificidade das suas apresentações, o profissional da Música Eletrônica detalhou: “Não, as apresentações ao vivo duram cerca de 3 horas no máximo, as ações feitas com meios digitais, se tudo seguir como planejado, são trabalhadas durante os outros 59 dias para divulgação e propaganda (dois meses de antecedência)” (APÊNDICE G). O compositor de Pop nacional explicou que mesmo diante do grande consumo de música atual, “a classe independente não é tão consumida assim. Não há essa credibilidade. Acredito que por não haver investidores em *marketing*” (APÊNDICE I).

3.1.2.4 – Pergunta 10

Para complementar a ideia anterior, a décima questão perguntava aos músicos “As

apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?”. A primeira resposta, mais técnica, vem do compositor de Pop Nacional: “Há uma divergência aí. Depende bastante da produção. Desde captação do áudio, iluminação etc.”. E a compositora de MPB complementa:

Eu acredito muito no ao vivo. Ali você sente e vê o que é e o que não é. Todo o resto está passível de ser forjado. Mas como o meio de divulgação, o mais eficaz é o audiovisual (música e imagem), pois chega a mais gente em qualquer parte do mundo em poucos segundos. (APÊNDICE C).

Os representantes do Sertanejo, Samba e do Rock concordam que as apresentações ao vivo são melhores para apresentar novas composições. O primeiro afirma que “não dá para comparar uma apresentação ao vivo com algo digitalizado, a sensação de passar e receber emoção não tem como ser superada à distância.” Mas o compositor de Rock se justifica, explicitando as dificuldades que fizeram com que os grupos dos quais ele foi integrante só pudessem contar com apresentações ao vivo:

Por conta de dificuldades financeiras, em nenhum destes grupos novos em que estou atuando, ainda não foram feitas gravações de vídeo e áudio de forma profissional, o que limita esta avaliação. Neste caso, acredito que as políticas públicas poderiam ser utilizadas para proporcionar a gravação destes projetos. Em todo caso, nossas apresentações funcionam muito e sempre geram outros convites para shows. (APÊNDICE E).

As representantes do Funk e do Rap discordaram, destacando que “um estúdio oferece melhor qualidade para se ouvir e analisar o trabalho” (APÊNDICE H). De fato, os dois gêneros musicais fazem uso muito frequente de videocliques, em um estilo muito próximo dos vídeos produzidos por cantores de fama nacional dos dois estilos. E o compositor de Música Eletrônica descreveu o ambiente de festas em que atua, como indiferente a autoria das músicas, apesar de o compositor preferir a internet. Vejamos:

Na música eletrônica somente você e conhecidos próximos sabem que a música que está tocando é sua naquele momento, o restante não se importa se aquela música é sua ou não, desde que você mantenha a energia do momento para a pista. Já na internet você tem potencial de divulgar uma música sua na mesma proporção em que divulga um DJset (gravação digital de uma apresentação). (APÊNDICE H).

Ou seja, ao contrário do nosso representante do Rock, a oportunidade de gravações é mais frequente ao compositor de Música Eletrônica. Ambos experimentam atuações

muito distintas de apresentação ao vivo. E, curiosamente, tivemos uma resposta diferente. O compositor de Pop Internacional afirmou que apresentar novas composições ao vivo ou de forma gravada era igual para ele. Ele justificou: “A grande maioria dos meus trabalhos são gravados ao vivo” (APÊNDICE F).

Resgatando parte da resposta do compositor de Rock, em que ele indica a ausência de apoio do poder público no estímulo e no registro de novas composições, cremos que é importante adicionar a necessidade de pesquisar as várias realidades antes de desenhar uma política pública.

Em 2013, Ivan Melillo, músico e compositor das rodas de Choro de Bauru, ganhou verba municipal do Programa de Estímulo à Cultura, para gravar 12 composições instrumentais criadas na cidade¹²³; inclusive, o compositor de Samba que participa das entrevistas para essa pesquisa participou com uma composição. Em nossa avaliação, a ideia serviu para registrar e divulgar as composições que, como vimos no segundo Capítulo, tendem ao esquecimento – lembremos que vários maestros da cidade foram compositores prolíficos, deixaram várias partituras e, infelizmente, poucos registros reproduzidos e divulgados.

Será que o modelo de gravação de áudio em CD serviria para todos os gêneros? A maneira mais eficaz para avaliar e atender a todos os representantes dos diferentes gêneros criados na cidade talvez seja a primeira resposta a ser buscada, caso haja interesse do Poder Público Municipal e de outros organismos culturais locais, e também estaduais e federais, em preservar e difundir as produções musicais independentes de cada localidade ou regiões do País. Em nossa opinião, as diferenças que as entrevistas com os produtores locais expõem são análogas às diferenças existentes nas formas de consumo musical. Ou seja, há indícios de que os nichos surgidos com o barateamento de tecnologias são uma realidade em todas as pontas dos processos criativos, para além dos modos de acesso aos diversos conteúdos em variadas plataformas.

¹²³ O CD se chamou Música Instrumental de Bauru e pode ser encontrado em https://tratore.com.br/um_cd.php?id=7554 acesso em abril de 2020.

3.1.2.5 –Pergunta 11

A décima primeira questão teve o intuito de captar o quanto os compositores estão (ou estiveram) abertos à ideia de um coletivo criativo ou artístico e suas impressões sobre o assunto. Vejamos as respostas para “Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?”.

O único frontalmente contrário à ideia foi o compositor de Sertanejo Universitário. A justificativa dele foi a seguinte “Não! Acredito que nos dias de hoje se torna muito difícil a criação de um grupo devido a correria diária e por conta de os artistas terem que cuidar da carreira e das coisas da dupla”.

Três dos entrevistados não participam, mas consideram a ideia possível. O compositor de Rock dividiu sua impressão:

O [conjunto musical] bonequinho, no princípio, antes de todo esse diálogo sobre este conceito, chegou a dizer, algumas poucas vezes, que era um coletivo. Mas depois, entendemos que era melhor não ter esse rótulo, até pela liberdade que o antigro, como a gente costumava dizer, possuía. Particularmente, acredito que é possível criar um coletivo, mas é muito difícil no ramo da música, pois o ego dos artistas em geral é muito grande e impede que as decisões sejam tomadas, na maioria das vezes, em torno de um bem maior de todo o grupo. Às vezes, até inconscientemente, os músicos atuam contra essa ideia, por medo de perder influência na banda ou de dividir os holofotes com o restante dos artistas envolvidos. Falta educação em geral para o compartilhamento real das ações, principalmente entre artistas. (APÊNDICE E).

Já o compositor de Pop Internacional afirmou participar de encontros para composição. O compositor de Pop Nacional abre seu estúdio para realizações em conjunto. E a compositora de Funk acredita na possibilidade, apesar de nunca ter feito parte de iniciativas desse tipo.

Os compositores que participam escreveram os nomes dos seus projetos. Como o intuito da pesquisa também é o de compartilhar informações, vamos a elas. A compositora de MPB citou dois “o Dandô e o Sonora”. O compositor de samba citou o “Coletivo Samba”. A compositora de Rap mencionou o “Soundsystem SeMentes Livres Hi-Fi”, de Botucatu. E, finalmente, o de Música Eletrônica que participa do Coletivo TRES4 e utilizou o espaço para defender a ação coletiva como fundamental para o músico:

(...) hoje é muito possível criar um [coletivo] e é mais fácil encontrar pessoas com gostos em comum. Além de ser muito melhor produzir um evento que não partirá das organizações públicas, montar um coletivo de produção artística é um dever dos artistas. Além das festas particulares, também organizamos festas em praças públicas, corremos atrás de toda a burocracia e já desistimos muitas vezes de lidar com a prefeitura para organizar eventos gratuitos para o povo, porque todos [os eventos] são financiados do nosso próprio bolso, com o intuito de levar a cultura eletrônica para a população de maneira gratuita. Todos os eventos estarem lotados só mostra que a população é carente e exigente em toda forma de lazer. (APÊNDICE G).

Conforme podemos notar, a realidade de cada profissional é muito diferente. Do mesmo modo que o rádio não consegue dar conta de toda diversidade musical existente, os coletivos também não conseguem abranger a variedade criativa atual. Tampouco a ação individual pode ser considerada a regra predominante para a criação artística. Sabendo que é obrigação do Poder Público cuidar de seus patrimônios artístico-culturais e das manifestações criativas que ocorrem em cada uma das localidades brasileiras, a reunião entre coletivos e artistas sem representação pode ser uma possibilidade para intervir nas ações do município, guiando as ações nas áreas culturais e educativas.

3.1.2.6 – Pergunta 12

Partindo das ações empresariais que envolvem os músicos, especialmente os rodeios voltados ao público de música sertaneja, a pergunta 12 tinha o intuito de conferir como os outros gêneros participam das produções. Especificamente, a pergunta era a seguinte: “Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?”.

Entre bares, Sesc, ações desenvolvidas por coletivos, eventos literários, políticos e culturais, exposição em bares e casas noturnas, festas de médio e grande porte, em Bauru e em várias cidades, todos os entrevistados afirmaram participar das iniciativas.

Em sua resposta, o compositor de Rock abordou as ações em seu nicho de atuação:

Durante algum tempo, o Fora do Eixo, em Bauru, comandado pelo Enxame Coletivo, abriu um espaço. Mas, naquela ocasião, havia muita resistência por sabermos que se tratava de algo que estava sendo financiado em sua base por partidos políticos e ideais que não eram os mesmos da banda em que eu atuava, que no caso era completamente apatidária. Recentemente, com a La Burca,

toquei no Rio de Janeiro e em São Paulo, por meio de organização de diversos selos de música alternativa, como Howling Records e Efusiva Distro, entre outros. Nestes lugares, a coisa pareceu funcionar de maneira mais orgânica, com menos interferência externa de qualquer força maior. As pessoas pareciam mais engajadas, estavam ligadas a causas como o feminismo e antifascismo em geral, o que não impediu o surgimento de divergências políticas e culturais. No meu ponto de vista, estas aglutinações sempre são complicadas, porque cada pessoa está em um nível de entendimento e maturidade, em relação ao todo de arte e política, bem diferentes. Alguns confundem com o fato de simplesmente ser um evento para ganhar dinheiro e se divertir, enquanto outros estão focados na causa maior, de criar um espaço onde a liberdade artística e musical realmente possa ser aplicada em sua amplitude, aliado a posicionamentos de esquerda mais radical, combate ao racismo, homofobia, etc. (APÊNDICE E).

Dentre os vários eventos de cunho comercial em que já se apresentou, a compositora de Rap também abordou a questão político-ideológica das atividades das quais já foi convidada a participar, especialmente em um dos grupos dos quais participa: “O Ouro D'Mina em específico, por ser um grupo de 4 mulheres negras, era muito convidado pra vários eventos que tivessem intuito de alguma razão social ou ideologia”. (APÊNDICE H).

O compositor de Pop Nacional mencionou sua própria ação empreendedora, na ação de outro artista local: “Fiz produção de dois espetáculos do cantor e compositor Nelson Itaberá. Rodamos em turnê pelo interior de São Paulo. Foram 22 shows e um DVD pelo PROAC”. (APÊNDICE I).

E, como já prevíamos, o compositor de Sertanejo Universitário já participava das ações comerciais que envolvem seu nicho de atuação. Ele afirmou: “Somos hoje dupla Oficial do Circuito de Rodeios Chacrá do Tadeu, onde nos apresentamos em vários rodeios da nossa região e também fora do estado” (APÊNDICE J). No Estado de São Paulo, o músico e seu parceiro não se limitam apenas à região de Bauru, mas em várias cidades (citadas por ele: Arealva, Iacanga, Dobrada, Taquaritinga, Tabatinga, Ibitinga, Bariri, Guariba, Pradópolis, Presidente Alves, Itápolis, Dois Córregos, Borborema, Boracéia, Piraju e Pirajuí). Em Minas Gerais, o músico também registrou que sua dupla se apresentou na cidade de Caconde.

Evidentemente, as festas e exposições agropecuárias já estão estabelecidas como um espaço de divertimento público em diversas cidades do país. No que tange às exposições, os rendimentos também advêm dos negócios que gera (automotivo, máquinas, rações, comércio de animais de corte, de leite, de corrida, de lã, etc.). De fato,

este é um setor que lidera a balança comercial do país e, claro, garante trabalho às duplas sertanejas (autônomas e participantes de mercado hegemônico) e a outros músicos de renome de gêneros que estejam em voga.

Diferente das exposições, as festas guardam outra lógica. Em nossa experiência profissional, atuando por curto período em uma casa de shows sertanejos de Bauru, muitas dessas festas movimentam uma quantidade de dinheiro enorme, mas nem sempre geram lucro aos seus organizadores.

Como os eventos grandes ocorrem em determinado mês ou período do ano, por vezes os organizadores utilizam esse momento festivo como um investimento em propaganda. Explicamos: os custos para organizar o local e cuidar da segurança são do organizador; o comércio de comida e, especialmente, bebida ocorre de forma terceirizada, sem lucro para o organizador; o pagamento aos artistas menos conhecidos e os custos com publicidade em todas as mídias também ficam por conta do organizador; e, por fim, para diminuir o custo de trazer uma grande personalidade nacional como atração central em um dos dias, a bilheteria é dividida ou entregue 100% a esse artista consolidado, que já recebeu metade do seu cachê no momento da assinatura do contrato. Dessa forma, apesar da grande quantidade de público, de vendas de bebida e de ingressos, esses eventos acabam registrando prejuízos financeiros, embora possam gerar lucros em *marketing* para os organizadores. O lucro acaba vindo parcelado como o resultado de outras festas presentes no calendário de eventos dos organizadores. Elas ocorrem nos finais de semana dos meses mais produtivos e servem como o principal palco dos artistas autônomos locais e regionais.

Creemos que a resposta de cada compositor mostra que, mesmo sem percebermos como objetivo adicional da pesquisa, há outros circuitos que coexistem e garantem trabalho aos músicos independentes.

3.1.2.7 – Pergunta 13

Dando sequência à questão anterior, a décima terceira pergunta teve o intuito de saber se existe a possibilidade de surgirem novos eventos e circuitos musicais. Perguntamos “É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da

cidade estão abertos a empreendimentos em conjunto?”.

Entre os que responderam positivamente, os compositores de Pop Internacional, Música Eletrônica, Rap e MPB. O compositor de Pop Internacional mencionou que quando os artistas se unem, os músicos “trocam público e a cena só se fortalece” (APÊNDICE F). O compositor de Música Eletrônica ressaltou que seu coletivo está em constante troca de informações e espaços de exibição com outros coletivos (especialmente da capital). Ele considera que “é mais fácil também lidar com outros artistas quando os mesmos são de outro coletivo” (APÊNDICE G). A compositora de Rap ressaltou que os músicos que conhece têm mais vontade do que experiência, mas acredita na ação conjunta, “inclusive com artistas de outros gêneros musicais” (APÊNDICE H). E, finalmente, a compositora de MPB afirmou que os circuitos alternativos e os coletivos são “a única maneira de darmos continuidade a preservação, vivência e circulação da nossa cultura e das nossas obras artísticas” (APÊNDICE C), apesar de destacar que nem todos os artistas estão abertos a isso.

Percebemos que essa situação, a relação com os outros artistas, é o motivo principal para que os compositores que entrevistamos não acreditem na possibilidade de empreendimentos conjuntos. Os compositores de Samba, de Rock, Pop Nacional, Sertanejo e Funk mencionaram que os motivos para isso seriam o ego dos artistas, a falta de iniciativa, falta de tempo por excesso de trabalho, inveja, entre outros motivos complicadores. A compositora de Funk foi explícita: “Muitos músicos não reconhecem o trabalho do outro, talvez por alguma insegurança, ou não sei. Mas é impossível” (APÊNDICE K). O compositor de Rock detalhou:

Atualmente existe um grupo de WhatsApp dos músicos de Bauru, que só é utilizado para a divulgação de eventos. Na maioria das vezes, por aqueles caras que fazem barzinho, tipo voz e violão. Os músicos autorais não são tratados com seriedade, pois existe uma certa inveja de quem tem coragem de criar um estilo, uma banda diferente, uma música mais alternativa. Entre os grupos que fazem música autoral, praticamente não há diálogo. Pois, cada um está completamente focado em seu trabalho e os estilos são muito diferentes uns dos outros. Tipo, o cara que faz metal não reconhece o trabalho de quem faz indie rock. O que faz progressivo acha o que atua com punk muito simplista. Isso cria barreiras e geralmente não existem várias bandas de um mesmo estilo na cidade. São poucos os artistas que conseguem romper essas barreiras e terem um respeito de várias bandas de estilos diferentes. O fato é que até podem considerar, por exemplo, a “Norma Bates e os Corações Alados” uma das melhores bandas autorais de Bauru dos últimos tempos, mas quase nenhum músico vai no show deles ou fala isso abertamente para todos. (APÊNDICE E).

Segundo o representante do Rock, mesmo que fosse possível, “faltam espaços onde seja possível tocar, com o mínimo da qualidade técnica necessária” e que possa receber o público. O compositor também mencionou o surgimento de grupos “jovens” com a mentalidade mais aberta a isso, mas que agem juntos com os artistas da mesma faixa etária, excluindo os artistas mais velhos.

Ele finalizou o comentário afirmando que conforme o músico vai envelhecendo, tendo que arrumar emprego para cuidar da família, a “banda autoral vai ficando de lado”. Ou seja, é comum no meio da música que a parceria entre os músicos do mesmo conjunto se desfaça com o tempo.

Complementamos os dados dos entrevistados, com a vivência profissional que nos permitiu conhecer vários músicos que passaram a ter um trabalho autoral quando já estavam estabilizados em outra carreira e outros após a aposentadoria, o que demonstra o peso para tentar seguir em uma carreira tão instável financeiramente. O cenário também é composto pelos artistas que jamais abandonam o sonho e aqueles que trabalham com educação musical para complementar a renda. Como percebemos, a maioria leva a carreira artística de forma liberal, como uma ação individual.

O modelo de artista-solo, que venceu na carreira sozinho, infelizmente, é a história que vende livros, vira filme e chama a atenção do grande público, inclusive chega a render dinheiro mesmo depois da morte deles, como é o caso de cantores como Elvis Presley e Michael Jackson.

3.1.2.8 – Pergunta 14

Saindo dos empreendimentos privados, a pergunta 14 era “Você já participou de editais ou de projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?”. Bauru, apesar das condições econômicas, mantém um programa de edital que é bem conhecido entre artistas e literatos da cidade. Apesar de ter uma verba pequena é constante, ocorrendo há muitos anos (a lei atual é de 2008, mas modificou uma iniciativa de 2003, com poucas mudanças). Além disso, a concorrência é alta e necessário saber

escrever o projeto nos moldes exigidos pela Secretaria Municipal de Cultura.

Alguns dos compositores simplesmente não participaram ou não foram selecionados, como o compositor de Pop Internacional e o de Sertanejo Universitário. Já outros, participaram, mas não conseguiram receber a verba, que utiliza um sistema de pontos e acaba deixando alguns proponentes aprovados na situação de suplentes. Caso do compositor de Rock, que relatou:

Por meio de chamamento público, já inscrevi e fui habilitado, mas nunca fui contratado de fato, com meus projetos musicais. Geralmente, a prefeitura contrata bandas para eventos grandes, com público genérico, e esta é a desculpa utilizada para chamar grupos que tocam cover. Desta forma, sem uma proteção à criação autoral do próprio município, quem recebe o dinheiro deste tipo de política são os mesmos grupos que já são contratados normalmente para “agitar” festas, bares e baladas. Ou seja, não existe este tipo de valorização da música independente e autoral em Bauru. (APÊNDICE E).

O compositor de Música Eletrônica também participou, não foi selecionado, mas realizou o evento mesmo sem apoio. Ele expôs sua visão sobre o assunto:

Sim, festas produzidas por nós como a Visita Techno. Em editais não fomos aceitos e já notamos que existe um monopólio também nas produções de eventos que pegam os editais, sempre pessoas com nome. Uma solução seria uma reforma na Secretaria da Cultura para, também, entender quais os interesses públicos de lazer e dar oportunidade de ação para pequenos produtores. Bauru, como uma cidade universitária, está lotada de pequenos produtores de tudo, desde eventos, à música. Minha visão como uma pessoa de uma cidade pequena [Agudos - SP], é que Bauru tem potencial artístico gigantesco preso e limitado na gaiola das festas de república e do *underground*. (APÊNDICE G).

Aqui é importante ressaltar que mesmo as festas de República da cidade, que tem duas universidades públicas (a USP e o maior campus da UNESP), muitas faculdades privadas (FIB, ITE, Unisagrado, UNIP entre as presenciais e várias outras somente em forma de polos EAD) e escolas técnicas, recebem da Prefeitura Municipal a qualificação de “festas clandestinas”¹²⁴. Devido a uma morte de estudante por excesso de bebida em uma República, os eventos estudantis foram regulados por lei municipal – lembramos ainda que esta lei serviu de base para outra proibição, a das festas chamadas *open bar*. Dessa maneira, somente eventos autorizados podem ser realizados, o que ainda causa

¹²⁴ A lei municipal que estabeleceu o termo é a de número Lei 6903/2017. Acesso em abril de 2020.

grande debate na cidade.

Outros compositores já participaram dos eventos oficiais do município. O compositor de Samba não teceu comentários e classificou o programa municipal de eventos culturais como “satisfatório”. A compositora de Rap afirmou que “sempre” participa e que foi selecionada para as comemorações do “123º aniversário da cidade”. Ela qualificou a iniciativa de “positiva” e completou: “Apesar do horário não ser o melhor, as pessoas fizeram questão de estarem lá e foi muito enérgico! Esses tipos de eventos contribuem muito para a carteira de um artista” (APÊNDICE H). O compositor de Pop Nacional lembrou da sua participação por dois anos consecutivos no “Festival de Inverno” e a compositora de Funk que listou alguns eventos, como “Parada da Diversidade, Aniversário da cidade”, situações em que, segundo ela, foi recebida “de braços abertos” pelo público (APÊNDICE K). A compositora de MPB afirmou que participa para organizar um evento e não como artista, não deixando de fazer a ressalva “Foi importante, apesar do valor pra pessoa física ser ínfimo, conseguimos realizar algumas coisas” (APÊNDICE C).

Aqui destacamos mais um problema em relação ao poder público. Quando se opta por financiar as artes mais caras e que não têm tanto apelo popular (relacionadas à dança, música erudita, literatura, etc.), a atividade patrocinada não engaja o público. Quando decide-se pagar centenas de milhares de reais a artistas famosos para um único evento ou quando financia gêneros musicais muito populares, a gestão pública da cultura é criticada porque a verba dos artistas menos conhecidos é muito menor, e não chega para todos. Falta clareza e, mais que isso, debate e participação popular nas ações culturais do município.

3.1.2.9 –Pergunta 15

A décima quinta questão foi “Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foram?”. A ideia foi saber a percepção dos compositores em relação ao SESC, grande motor cultural da cidade, mas também ao SESI, com ações voltadas ao esporte, mas também à cultura.

Os compositores de Rap, Sertanejo, Funk e Rock disseram que não (este último

ressalvou que só frequenta como público, mas não como artista). O compositor de Música Eletrônica que não participou, mas que pretende. Ele relatou que, como membro do coletivo TRES4, já “deu curso no Sesc”.

Os outros compositores entrevistados afirmaram que sim. A compositora de MPB disse: o SESC é “Uma das entidades mais sérias que conheço. Valoriza o trabalho artístico por completo. Tratamento, planilha, prazos, etc.” (APÊNDICE C). O compositor de Samba também já foi contratado para eventos no SESC e SESI. O representante do Pop Internacional afirmou: “Sim. SESC que em Bauru é muito bacana. Desde o processo da curadoria, agentes culturais, estrutura, cachê, tudo. É um prazer.” (APÊNDICE F). O compositor de Pop Nacional também, tanto como artistas quanto como produtor de eventos.

Não negamos a qualidade do SESC na cidade, já que também participamos de produções e excursões musicais pela entidade, além de acompanharmos a programação com atenção. A programação cultural do SESI, mais diluída entre os eventos e cursos na área esportiva, também é cara à cidade, que é sede do time de vôlei de Bauru, o SESI-Vôlei, na elite nacional da modalidade.

3.1.2.10 –Pergunta 16

Atendo-nos mais especificamente ao objeto da pesquisa, quando perguntamos “As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?”, as respostas para a décima sexta questão foram as seguintes:

A compositora de Funk foi taxativa: “o esquema da gravadora ainda é melhor” (APÊNDICE K). Já o compositor de Pop Internacional ponderou:

Gravadoras e selos só trabalham com músicos independentes que sabem muito bem como gerir suas carreiras, já tem as coisas funcionando, em andamento. Elas só chegam quando o artista já está atuando como músico. Aquele antigo esquema da gravadora apostar no talento acontece, mas depois de comprovado o que foi descrito. (APÊNDICE F).

Já o compositor de Música Eletrônica explorou as vantagens e desvantagens:

Na verdade uma complementa a outra, podemos estar perto de utilizar programas de graça (piratas) e acredito que essa é uma forma de democratizar a arte, por outro lado, é impossível atingir plataformas digitais como o Spotify sem uma gravadora; por outro lado existem gravadoras gratuitas que

disponibilizam sua música nessas plataformas, porém seu lucro é de quase 0,0001 cents por reprodução (e eles terão os direitos autorais de sua música). (APÊNDICE G).

De outra forma, o compositor de Pop Nacional resumiu: “Facilita, mas não consolida. Dá liberdade, porém, não dá credibilidade ao artista. Há um paradoxo grande aí”. Também explorando os dois lados da questão, a compositora de MPB explicou que, na atual conjuntura, os artistas autônomos vivem em desvantagem:

Nem consigo imaginar o que seria trabalhar com gravadora, mas acredito que na conjuntura atual, mesmo que tivéssemos muitas gravadoras e um contexto sócio/político/econômico favorável, não teríamos gravadoras suficientes pra dar conta de tanta produção artística. O independente teria de existir, inevitavelmente, como sempre existiu. Acho que haveria uma parte favorecida e outra mais batalhadora. O que vivemos hoje é que todo artista precisa lutar demais pra conseguir sobreviver no seu ofício. (APÊNDICE C).

A compositora de Rap afirmou nunca ter participado de um esquema de gravadoras e completou: “Pra mim sempre foi uma dificuldade. O que podíamos pagar era a produção da música, o restante era por conta própria e as ferramentas disponíveis gratuitamente nos ajudaram muito” (APÊNDICE H).

O restante dos compositores nem cogitaram o outro lado. O compositor de Samba foi taxativo: “facilitam” (APÊNDICE D). O de Sertanejo disse: “Com certeza as ferramentas disponíveis facilitam muito mais o acesso e a divulgação, tendo em vista que hoje em dia qualquer pessoa tem acesso à internet” (APÊNDICE J). E, finalmente, o compositor de Rock afirmou que, apesar das dificuldades, não troca sua liberdade para agradar a alguém:

Hoje existe mais possibilidades do que antes, quando você tinha que esperar para cair nas graças de um produtor ou de uma gravadora. É possível trilhar esse caminho independente sim, mas pelo fato de tocar com pessoas que não são apenas músicos, alguns são bancários, outros advogados e por aí vai, esse tipo de coisa fica restrito. Primeiro todos buscam colocar comida na mesa da família, quando sobra um tempo ensaia, se sobrar uma grana vai pro estúdio gravar. Geralmente, quando chega nessa etapa, precisa de mais tempo livre para criar estratégia de divulgação, se dedicar para fazer mais shows e recuperar o mínimo do investimento. No nosso caso, ainda não houve a conjunção astral de todas essas possibilidades. Mas não trocaria nossa liberdade de criar e compor para fazer uma música ou um disco para agradar a gravadora ou vender milhões. Cada um tem o seu estilo e a seu foco na arte. (APÊNDICE E).

Creemos que as dificuldades e as convicções que os artistas descreveram ressaltam o compromisso deles com a arte que produzem. Compromisso que, se fosse respeitado por alguma gravadora, poderia melhorar as suas condições de vida e de trabalho. Dos artistas, pareceu-nos que a compositora de Funk é a que mais está alinhada com o modo de trabalho dos artistas de Funk já consolidados. É importante considerar, como dado transversal da pesquisa, que os selos de Funk, especialmente os do Rio de Janeiro e de São Paulo, nasceram de forma caseira e ganharam fama na internet. Curiosamente, o compositor de Sertanejo, para nós, também alinhado com a produção comercial que mais tem êxito em todo o país, não demonstrou o mesmo alinhamento com a produção comercial.

Interessante notar o quanto das atitudes atribuídas a determinados gêneros musicais nem sempre se reproduzem.

3.1.2.11 –Pergunta 17

Explorando outro assunto que consideramos polêmico, a questão de número 17 foi “A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?”. A pergunta veio por causa dos grandes instrumentistas que conhecemos e que trocaram de gênero para ter uma vida melhor (por exemplo, roqueiros que se dedicam ao sertanejo, solistas eruditos que se tornaram parte da banda de cantores de Axé, etc.). E, claro, as discussões sobre formação teórico-prática e desenvolvimento autodidata, presentes no meio musical. Obtivemos os seguintes depoimentos.

Os compositores de Rap, Sertanejo e Funk acreditam na formação. A compositora de Rap ponderou que não é suficiente, mas adquirir conhecimento na área da música pode valorizar o artista:

não acredito que seja suficiente, não só de conhecimento se forma um artista de sucesso, vai muito de como você é como pessoa, mas acho importante quem puder se dedicar ao estudo da música, só vai agregar. Seja técnicas vocais ou um instrumento, entrar cada vez mais no mundo da música abre mais possibilidades. (APÊNDICE H).

Na mesma linha, o compositor de Sertanejo também afirmou que o conhecimento é um diferencial: “Com certeza toda e qualquer formação adicional ajuda muito, uma vez que hoje muitas duplas apresentam praticamente o mesmo trabalho, tendo algo em diferencial ajuda muito se sobressair sobre os demais” (APÊNDICE J). E para a compositora de Funk, “A formação musical é importante sim, talvez seja o primeiro passo para o sucesso quando não se tem uma música estourada pela mídia”.

Uma linha de raciocínio oposta veio da compositora de MPB: “Formação musical ajuda e eu recomendo, mas não tem relação com sucesso na carreira” (APÊNDICE C).

Já o compositor de Rock alertou para o preconceito sofrido por quem é autodidata:

Não tenho formação musical. Nunca fiz nenhuma aula. Aprendi de tanto ouvir e isso também gera preconceito dentro da classe. Porque o cara que estudou e tira a música do Iron Maiden idêntica à que está no disco, torce o nariz pra quem faz uma música estilo Nirvana, com mais feeling e distorcida, onde até a microfonia faz parte do show. O músico profissional que vive tocando cover em barzinho, por mais que não tenha criatividade ou coragem para expor suas composições, torce contra a banda de autodidatas, que suaram a camisa pra fazer sua primeira apresentação de meia hora de música autoral e independente no estilo Ramones, em uma baladinha mais alternativa de Bauru. (APÊNDICE E).

Buscando uma declaração mais técnica e concentrada na arte de palco, o compositor de Pop Internacional afirmou a importância do apuro técnico: “Formações complementares como expressão corporal, canto, postura de palco, improviso, teatro... tudo o que possa de alguma forma complementar esse artista”.

Vislumbrando a atividade que envolve a produção musical, ou seja, o que é necessário para que o show aconteça, o compositor de Samba disse que é “Sempre bom se capacitar em outras áreas”. Na mesma linha, o compositor de Música Eletrônica, que também é produtor audiovisual, afirmou que a formação em música é importante, mas que em seu nicho de formação outros conhecimentos são necessários: “(...) pra produzir música eletrônica tem que entender desde informática básica à programação, notas acordes, softwares, elétrica básica, elétrica avançada, *hardware*, audiovisual, *Sound Design*. A produção de música eletrônica envolve muita coisa” (APÊNDICE G).

Já o compositor de Pop Nacional defendeu o Marketing como melhor complemento à arte musical: “Música é a essência. Uma boa receita de bolo. Você tem

que fazer esse bolo ser o mais saboroso. Logo, pensar em como as pessoas provarão esse bolo. Será o trabalho do Marketing” (APÊNDICE I).

Cremos que é importante notar que, até poucos anos atrás, Bauru era um polo de formação musical de nível superior (com os anos, as escolas mais tradicionais foram fechando e, por último, o curso de nível superior em música foi encerrado pela instituição privada que o mantinha). E, evidentemente, a formação de técnicos e de maestros não resultou em valorização profissional.

3.1.2.12 –Pergunta 18

A questão de número 18 queria saber “Como você avalia o público de música independente em Bauru?”.

Entre satisfeitos e insatisfeitos com o público em Bauru, começamos com dois compositores que ficaram entre os dois grupos. O representante do Samba classificou o público como “médio”. O de Música Eletrônica comparou-o com o público de sua cidade natal, vizinha de Bauru, “fraco”, mas animador.

Temos consumidores de música e consumidores de ambiente musicais. consumidores de música é a família que a gente escolhe, consumidores de ambiente musical é a família que escolhe a gente. Aqui em Bauru é muito fraco para todos os públicos, mas mesmo assim, pra mim, agudense, é precioso demais por conseguir ultrapassar 180 pessoas em um evento. (APÊNDICE G).

Já os que sentem falta de mais público foram os compositores de MPB, de Pop Nacional e de Sertanejo Universitário. A compositora de MPB qualificou o público de “Inexpressivo até agora.” (APÊNDICE C). O músico de Sertanejo Universitário comparou a valorização do público em relação aos artistas mais famosos:

Bauru é uma cidade muito difícil para trabalhar, uma terra que não tem oportunidades para músicos da casa. Não existe um projeto sequer voltado à divulgação das pratos da casa, valoriza-se muito o externo, deixando o interno de lado. Com isso o público interno, muitas vezes, não tem nem a possibilidade de conhecer alguns trabalhos de artistas residentes. (APÊNDICE J).

O de Pop Nacional classificou-o como “Infelizmente fraco. Geralmente são músicos indo aos shows de outros músicos. A população que deveria consumir, ou não

tem acesso, ou fica sempre ligada no que é mais televisionado.” (APÊNDICE I).

Na mesma linha, mas encarando a situação positivamente, o compositor de Rock explicou que, sem o acompanhamento da mídia, a situação não vai mudar:

O público tem interesse. Caso contrário uma banda como Autoboneco não sobreviveria por tanto tempo, ou até mesmo o caso da minha Obscuro Lavrador que faz pequenos shows, mesmo sem ter nenhum material gravado ainda. O problema é que o público não aumenta por falta de incentivo externo. A música é boa, mas se só tem dois lugares para tocar no nosso estilo, a gente nunca vai tocar para mais de 100 pessoas ao mesmo tempo. A composição é excelente, mas se não sair uma matéria no Jornal da Cidade, ou tocar na rádio 94 FM, ou ter uma entrevista ou apresentação na TV, ela não vai gerar mais curiosidade para outros públicos conhecerem também. A cadeia toda fica restrita sempre aos dois lugares que abrem espaço para este tipo de som. Daí o público não aumenta e a consequência direta é que, uma hora o grupo deixe de criar, ou deixa de se dedicar para tocar sua vida como vendedor de outros produtos, engenheiro, ou qualquer outra profissão que o faça ganhar um salário mínimo. Acredito que isto é falta de visão política, se a prefeitura tivesse um estúdio com condições mínimas de gravação, como existe em outros países, uma hora uma das bandas ou das músicas gravadas estouraria a nível nacional e o investimento se pagaria, gerando mais um milhão de impostos para o município. A cultura em geral é vista como uma atividade marginal e o público em geral tende a comprar essa ideia, por puro desconhecimento. O Michel Teló tocava cover em Bauru toda semana até pouco tempo antes de estourar em nível mundial. Mas duvido que ele tinha a possibilidade de tocar as composições dele, que depois viraram sucesso, nos barzinhos daqui. (APÊNDICE E).

Profissionalmente falando, sabemos que estes compositores têm um público fiel e que, de fato, poderia ser melhor. Mesmo em nossa atuação em emissoras públicas, com audiência média, percebíamos ser possível manter um movimento de valorização da música local. Infelizmente, o equilíbrio é frágil, pois bastou o desaparecimento de uma emissora mais popular (Veritas FM), para que todo um movimento de promoção da música brasileira na cidade se desorganizasse. Hoje somos dependentes dos programadores culturais do SESC (quando estes não têm interesse em música bauruense, o palco local fica dedicado aos artistas de fora). Ou seja, além do poder público e de organização como SESC, cremos ser importante ter ao menos uma emissora com alguma audiência apoiando a música local.

Outro otimista, o compositor de Pop Internacional declarou: “Acho a cena de Bauru uma cena muito boa. Muitos universitários. Galera sempre comparece em shows. É a nossa Seattle [importante para o rock alternativo nos EUA]” (APÊNDICE F). O mesmo falou a compositora de Rap: “Acredito que seja sim um público fiel. As pessoas

se fazem presentes nos shows, eventos, batalhas. Quem é do meio acompanha e quem não é do meio procura conhecer” (APÊNDICE H). Finalizando, a compositora de Funk celebrou: “Muito bom. Tem pessoas que valorizam muito mais que muitos contratantes” (APÊNDICE K).

Algo que já percebíamos, empiricamente, é que o público do Rap tem uma organização bastante eficiente de eventos que não são pautado pelos meios de comunicação comerciais: produzem jornais alternativos, divulgam perfis no Facebook, fazem gravações em estúdios na periferia, realizam batalhas de MCs e outras apresentações, que ocorrem com bastante público e mesmo sem apoio midiático e comercial. As pessoas que vão a festas Funk também formam um público fiel, que troca informações pelas mídias digitais, porque sabem que não podem contar com divulgação feita pelas emissoras de televisão e rádio ou pelo único jornal de Bauru.

3.1.2.13 –Pergunta 19

A pergunta 19 questionava “As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?”. Todos os músicos entrevistados acreditam que sim. O compositor de Pop Internacional resumiu: “Sim. Acho que o mercado mundial está bem aquecido, em diversos nichos. Produção, business, técnica/áudio, etc.” (APÊNDICE F). Mesmo raciocínio usado pela compositora de Rap: “Sim! Vejo vários grupos de pessoas periféricas que estão conseguindo produzirem a si mesmos justamente por essa possibilidade já existir.” (APÊNDICE H).

Outro ponto levantado pelos artistas foi a questão da atualização tecnológica. O compositor de música Eletrônica alertou:

Sim, porém se a arte é transformação, a tecnologia tanto quanto, a arte acompanha a tecnologia ou a tecnologia acompanha a arte? Tudo é mais fácil de se aprender, temos mais videoaulas no Youtube do que profissionais bem sucedidos na área. Se o profissional não acompanhar a transformação tecnológica, é cinco anos para tudo que vivemos atualmente se tornar *vintage*. (APÊNDICE G).

Na mesma linha seguiu o compositor de Sertanejo: “uma vez que a tecnologia chegou pra ficar e melhorar muito, em vários aspectos, infelizmente, os profissionais que não acompanharem a evolução hoje em dia, com certeza acabarão ficando para trás” (APÊNDICE J).

Sobre profissionalismo, o artista de Pop Nacional alertou: Acredito que sim. Mas precisaremos pensar em cada vez mais, ter algo mais profissional. A fim de consolidar como artista e não como um aventureiro da arte.” (APÊNDICE I). O assunto é sério, especialmente quando levamos em consideração o lado ruim das facilidades tecnológicas, como lembrou o compositor de Rock:

Sim. Neste caso, a situação é que muitos usam isso como muleta. Tipo o cara tem preguiça de aquecer a voz e manda um Autotune pra compensar. Não pode virar isso. A tecnologia deveria vir pra fazer o artista atingir um nível que sozinho seria difícil, mas não impossível. Pra isso fazer sentido em Bauru, antes teria que mudar a mentalidade de quem contrata show, de quem divulga a música, de quem promove eventos, de quem consome os discos ou obras dos músicos bauruenses, etc. (APÊNDICE E).

Ou seja, a ideia geral é que os novos músicos aproveitem das facilidades com ética. E, claro, que os que contratam e consomem a música local valorizem o trabalho.

3.1.2.14 –Pergunta 20

E, finalmente, a vigésima questão “Como você avalia a produção musical independente de Bauru?”. A ideia foi medir como é a visão de quem faz música na cidade, para confirmar ou refutar nossa impressão de que a produção artística bauruense é rica e que deve ser valorizada. A maioria dos compositores concordou com a nossa avaliação, de que a produção dos músicos locais é interessante. Porém, houve três compositores que não concordaram totalmente com essa visão.

O compositor de Samba disse “assim como o público, médio”. O representante de Pop Nacional ponderou:

Existe quem quer ser profissional. Quem enxerga isso, quem quer fazer isso, já consegue ver uma empresa em seu trabalho. Há muita ilusão em achar que ser independente é ser *underground*, fazer tudo de qualquer jeito, não procurar se estruturar, não investir nisso. Aí, é aventura mesmo. (APÊNDICE I).

De outra forma, o compositor de Sertanejo Universitário culpou a falta de oportunidades como um entrave ao aumento de qualidade: “Bem complicada, pois, às vezes, muitos projetos bons acabam ficando em gavetas por falta de oportunidade de divulgação. Infelizmente hoje o profissional independente de Bauru está sem amparo para desenvolver seus projetos.” (APÊNDICE J).

Em linhas gerais, os demais seguiram o que a compositora de MPB afirmou sobre a produção bauruense: “Forte e bonita”. O compositor de Rock fez uma análise mais detalhada:

É rica. Tem muita diversidade. Mas não é valorizada como deveria. Não é porque um músico ou uma banda é independente, que ele não precisa de uma cadeia cultural produtiva e organizada. Estamos na era da economia criativa, que gera empregos, movimenta setores como os de alimentação, bebidas, transporte, turismo, combustíveis, hotelaria, etc... Tudo isso poderia girar em torno da música. Mas o pessoal que tem dinheiro não consegue enxergar um palmo além de Roupas Novas, Capital Inicial, Matanza e sertanejo, em geral. Existe um público muito antenado aqui, que conhece bandas alternativas novas e está em shows do país inteiro e não tem espaço na cidade para trazer nomes como Baiana System, Duda Beat, Letrux, e muitos outros nomes que tocam em festivais como Rock in Rio, mas para a gente ver aqui depende do Sesc. Junto com essas bandas supostamente alternativas que estão fazendo sucesso no país, os produtores poderiam mesclar os grupos independentes da cidade, isso faria com que muita gente que jamais escutaria uma banda nova, como “Geléia Jutai” ou “Zandarê”, alcançassem novos públicos. Bauru tem muitos talentos, mas que não recebem a atenção que deveriam na música e em todos os ramos de expressão artística.

Na mesma linha, os compositores de Funk, Música Eletrônica e Rap elogiaram as produções reclamaram da falta de valorização. A compositora de Funk afirmou: “Bauru é uma cidade muito grande, com muitos artistas bons. Porém, infelizmente, com muita falta de oportunidade” (APÊNDICE K). O compositor de Música Eletrônica afirmou que, se todos se apoiassem, a cena independente seria mais forte: “a produção é maravilhosa e desvalorizada pelo público, bares, etc. Não temos apoio nenhum, muito menos dos outros coletivos, porém todos estão correndo pelas próprias pernas (...)”. Mais específica sobre seu nicho de atuação, a compositora de Rap destacou que o movimento Hip Hop deve sair da fase de fortalecimento do gênero para algo mais profissional:

Eu vejo que muitos artistas vão atrás cada vez mais de novas possibilidades, e vai fazendo seu trabalho como for possível e saem ótimos trabalhos. O que eu acredito que precise melhorar são as produções dos espaços para esses artistas. Também há formação disponível para ser um organizador, acho que precisam sair do conforto do "fortalecimento" e começar a profissionalizar a presença dos artistas independentes nos espaços. É diversão, porém é um trabalho sério. Querer é poder e acredito que todos podem fazer mais! (APÊNDICE H).

Lembrando outro viés importante, o compositor de Pop Internacional lembrou, sem desconsiderar o poder dos grandes centros produtores, que as produções que estão na internet podem, virtualmente, ganhar o mundo: “Existem produções bem legais na cidade. Hoje a música não tem mais CEP (meu som é ouvido em 54 países, no *streaming*)”

(APÊNDICE F).

Apesar das dificuldades de encontrar músicos dispostos a participar da pesquisa, cremos que as respostas dos compositores conseguiram abranger uma parte considerável do cenário musical independente de Bauru. Evidentemente, os que responderam não têm somente interesse profissional em música, mas são parte do público (assim como nós).

Finalizaremos o capítulo com a pesquisa que fizemos junto ao público de Bauru. Mas antes, apresentamos a última questão aberta, que fizemos para todos os entrevistados.

3.1.2.15 – Comentário adicional

Para todos os 9 entrevistados, deixamos a mensagem: “Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.” Somente um dos compositores respondeu ao pedido. Os outros não manifestaram interesse em finalizar a entrevista dessa forma.

O compositor de Rock voltou a afirmar sobre a necessidade de uma valorização oficial, por parte do Poder Público, à música autônoma da cidade. Ele fez algumas sugestões:

Acredito que deveria haver uma política pública de valorização da música autoral e independente em Bauru. Que se não oferecesse verba para a gravação, que pagasse por um show mensal para cada banda selecionada por ano. O mínimo do mínimo. Um cachê básico de R\$ 1.500,00 por banda e por mês para fazer uma apresentação de uma hora e meia no Vitória Régia ou no Teatro Municipal No final do ano, a secretaria de cultura teria investido R\$ 18 mil em 12 bandas, que teriam o mínimo de condições de gravar com suas próprias pernas um EP de três ou quatro músicas. Isso iria movimentar uma cadeia. (APÊNDICE E).

Em suas contas, essa oportunidade a 12 bandas por ano, o investimento público alcançaria R\$ 18 mil, valor muito inferior ao que foi pago a um artista de Pagode (valor de “R\$ 70 mil”), a outro de Sertanejo Universitário (“R\$ 150 mil”) e a cantora gospel (“R\$ 50 mil”) em apenas um evento. Segundo ele, além desses valores pagos com verba pública, o mencionado evento ainda cobrou o ingresso do público presente. Para ele, o cachê aos músicos movimentaria a economia da cidade de maneira mais barata. Ele finalizou este ponto da crítica afirmando: “(...) a distribuição dos recursos da cultura em Bauru é muita desigual e, na maioria das vezes, feita por pessoas que não possuem

nenhuma vivência cultural e atua somente com base, em projeções políticas e partidárias.” (APÊNDICE E). Situação que, denuncia ele, também ocorre na parte teatral. Ele aprofunda a análise com uma sugestão:

Um contraponto seria a divisão igualitária das verbas. Tipo, se o teatro recebeu R\$ 100 mil, a música autoral também deveria receber R\$ 100 mil, a literatura bauruense também deveria ganhar a mesma verba, o audiovisual e assim por diante. Como existe esta confusão entre os músicos que fazem cover, porque a prefeitura não gastou nem R\$ 50 mil para fazer animação de eventos, com meia dúzia de bandas de amigos, parece que o segmento da música foi contemplado, o que não é verdade. Música autoral deveria ser a prioridade de um governo realmente comprometido com a cultura. Cover deveria ser financiado pela iniciativa privada. Animação de shows deveria ser pago pela pasta de Esporte e Lazer. Cultura é completamente diferente de lazer. E aqui em Bauru, os governos nunca entenderam isso. (...) Isso não é investimento em cultura, em formação de público, pois a música que está tocando nestes eventos [religiosos] é a mesma que toca na rádio. A pessoa ouviu isso o dia inteiro e vai na festa do pastor e ouve de novo. Não existe investimento público em Bauru para a difusão da música autoral. Não existe investimento público em Bauru para fomento ao surgimento de novos grupos musicais autorais. (APÊNDICE E).

Outra questão levantada pelo compositor foi a presença massiva de, praticamente, um único gênero nas emissoras comerciais da cidade. Em que pese a situação de satelitização das emissoras e a diluição da atenção do público entre mais mídias, concordamos que a situação não é ideal. Mas o que sobra às emissoras pequenas é, praticamente, colocar sua programação nas mãos de uma empresa como a Crowley, que na prática paga para que as programações de rádio do Brasil não sejam satelitizadas, mas colocadas em rede e em sintonia com quem pode pagar. Já as emissoras públicas, como já descrevemos, não se aprofundam no uso da linguagem de rádio (que, para além de utilizar os elementos sonoros, palavra, música, efeitos e silêncio, também deveria buscar um texto mais empático, que engaje a audiência), falando para poucos dos contribuintes que mantêm o serviço.

O compositor de Rock segue levantando mais um ponto, a despolitização dos artistas. Ele detalhou:

(...) cada um está preocupado apenas com sua própria janta. Esses tempos, um cara que organiza, todo ano, eventos com as bandas de amigos dele disse que vai sair candidato a vereador. É uma piada, o cara tem quatro bandas de amigos e nunca foi em uma reunião do Conselho de Política Cultural que eu faço parte. Nunca discutiu uma possibilidade com ninguém da cultura, exceto políticos e secretários, e se acha no direito de pedir voto. Não vai ganhar de jeito nenhum. Não tem vivência cultural. Só atuou em benefício próprio. É uma brincadeira de mal gosto com quem está militando pela valorização da cultura e da arte de fato. O cara recebeu uma migalha do bolo inteiro, não dividiu com ninguém, e está feliz, fazendo o jogo do sistema político e partidário. (APÊNDICE E).

Infelizmente, a participação política em Bauru, não somente na área da cultura, é

muito pequena e pouco qualificada.

Em outra passagem, o compositor descreve a situação de gerações mais velhas que a dele, em que a produção artística não foi registrada:

A verba da secretaria da cultura está direcionada para politicagem da mais barata possível, enquanto músicos do calibre do finado Norba, são obrigados a tocar na noite, o cover do cover e ganhar um cachê mínimo de R\$ 150 por apresentação. Ou seja, um dos caras mais respeitados da música bauruense morreu literalmente sem ter um disco dele de música autoral gravado com apoio da prefeitura. É um crime, para quem entende de arte e cultura de verdade isso acontecer. É um crime, uma cidade que tem Bitenka, André Turco, Emerpol, Marcos Popolo e tantos outros ver esses caras serem idolatrados por compositores de todo o Brasil, mas na cidade em que eles nasceram e vão morrer, serem tratados como animadores de evento. (APÊNDICE E).

Ele justificou a posição citando outros compositores e, especialmente, um de seus companheiros de banda, com público na “Dinamarca, na Noruega” esperando “ele compor uma música nova e aqui na cidade em que ele está todo dia, é tratado pelas autoridades do setor da cultura como um zé ninguém. Isso é revoltante.” (APÊNDICE E).

Para ele, artistas como os citados (inclusive um dos que entrevistamos, o maestro Badê) deveriam ganhar do poder público, ao menos, a possibilidade de gravar um álbum como forma de tributo.

Creemos que os pontos levantados nas entrevistas e neste último adendo devem servir aos profissionais que trabalham na área da cultura para discutir novas possibilidades e implementar novas formas de ouvir os artistas e o público que consome a arte local. Da nossa parte, nos responsabilizamos em encaminhar os resultados desta pesquisa a vários atores do cenário cultural e ao público em geral em nosso blogue.

3.2–Resultados do Questionário

O questionário, que obteve 286 respostas, teve o intuito de medir como as pessoas percebem a música de Bauru (está no Apêndice L deste trabalho). Utilizamos a ferramenta de formulários do Google¹²⁵ e planejamos o processo de participação em três seções. A primeira apresentava a pesquisa e pedia autorização para uso dos dados, a segunda continua as 10 questões e a última seção continha o agradecimento.

A primeira parte continha a apresentação da pesquisa e a necessidade de que o

¹²⁵ O formulário ainda está online em <https://bit.ly/pesquisaWell> acesso em maio de 2020.

respondente confirmasse que sua participação espontânea. O 100% das pessoas responderam “sim”. Caso a resposta fosse “não”, o participante era encaminhado à página de agradecimento, sem possibilidade de responder às perguntas.

Desenho 1 – tela inicial da pesquisa online

A Música Independente de Bauru

Meu nome é Wellington Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMIT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Bauru sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”. O objetivo é conhecer como a música independente é percebida pela população.

Sabendo que esta pesquisa é pública e que suas respostas serão usadas em uma tese de doutorado, em artigos científicos e em publicações acadêmicas, você concorda em participar livremente deste questionário?

☐ Sim.

☐ Não.

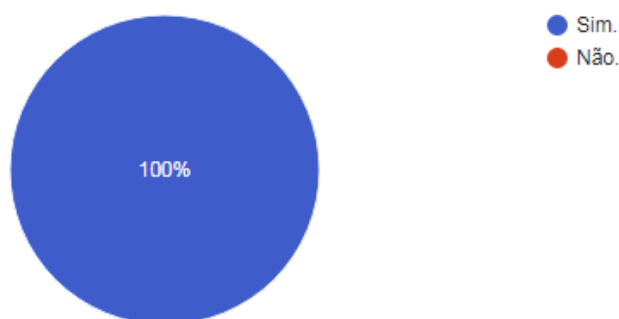
Após a seção 1 Continuar para a próxima seção

Fonte: o autor (2020)

Desenho 2 – anuência de participação

Sabendo que esta pesquisa é pública e que suas respostas serão usadas em uma tese de doutorado, em artigos científicos e em publicações acadêmicas, você concorda em participar livremente deste questionário?

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

Na seção 2, elaboramos 10 perguntas simples. A recomendação de sermos sucintos foi justificada nessa parte: muitas pessoas se negaram a participar. Após várias

tentativas (de 5 de março até 20 de março) de buscar participações orgânicas, ou seja, não-pagas, nosso esforço mostrou-se ineficaz. Fizemos, então, um empulsionamento pago no Facebook de R\$ 50 reais dos dias 20 a 26 de março. Segundo dados do próprio aplicativo, 11352 pessoas foram alcançadas. Pelo Instagram (que pertence ao Facebook) e sem pagamento, 218 pessoas foram alcançadas.

Gráfico 1 – dados demográficos dos participantes



Fonte: o autor (2020)

Note-se, no entanto que conseguimos apenas 286, de um público majoritariamente adulto.

Gráfico 2 – resultados do engajamento



Fonte: o autor (2020)

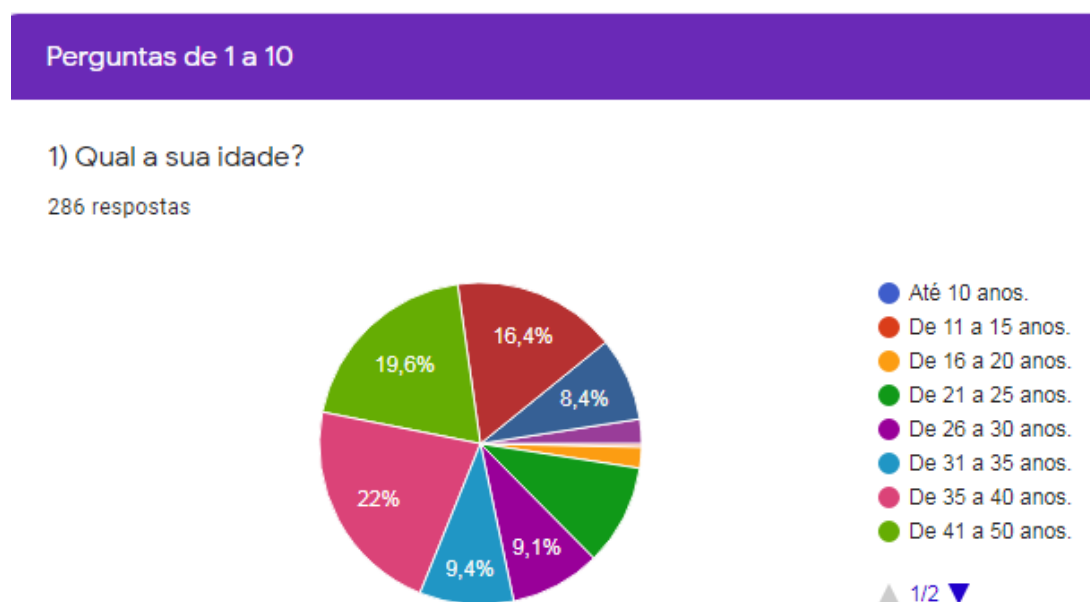
O alcance de pessoas menores de 17 anos foi insignificante, porque não foram alvo da pesquisa. Pessoas de 18 a 24 representaram: 3 mulheres e 5 homens; pessoas de 25 a 34 anos representaram: 4 mulheres 10 homens; pessoas de 35 a 44 anos representaram: 23 mulheres e 10 homens; pessoas de 45 a 54 anos representaram: 87 mulheres e 21 homens; pessoas de 55 a 64 anos representaram: 156 mulheres e 41

homens; pessoas acima dos 65 anos representaram: 152 mulheres e 46 homens. Isso totalizou 558 pessoas em dispositivos móveis e em computadores. Porém, somente 286 delas é que participaram de fato. Número que ultrapassou a amostra de 267, que foi suficiente para termos 95% de confiança, com margem de erro de 6%. Segundo o IBGE¹²⁶, cálculo de 2019, Bauru tem uma população de 376.818 pessoas.

3.2.1 – Pergunta 1

Sobre a primeira pergunta, quantos anos você tem: Não obtivemos respostas de pessoas com até 10 anos; De 11 a 15 anos obtivemos 1 resposta, ou 0,3%; de 16 a 20 anos obtivemos 6 respostas, ou 2,1%; de 21 a 25 anos, 29 respostas ou 10,1%; de 26 a 30 anos, 26 respostas ou 9,1%; 31 a 35, 27 respostas ou 9,4%; 35 a 40, 36 respostas, ou 12,6%; de 41 a 50 anos, 56 respostas, ou 19,6%; de 51 a 60 anos, 47 respostas, ou 16,4%; de 61 a 70 anos, 24 respostas, ou 8,4%; e, finalmente, 7 pessoas acima dos 71 anos, totalizando, 2,4%.

Gráfico 3 – pergunta 1



Fonte: o autor (2020)

¹²⁶Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/bauru.html> acesso em abril de 2020.

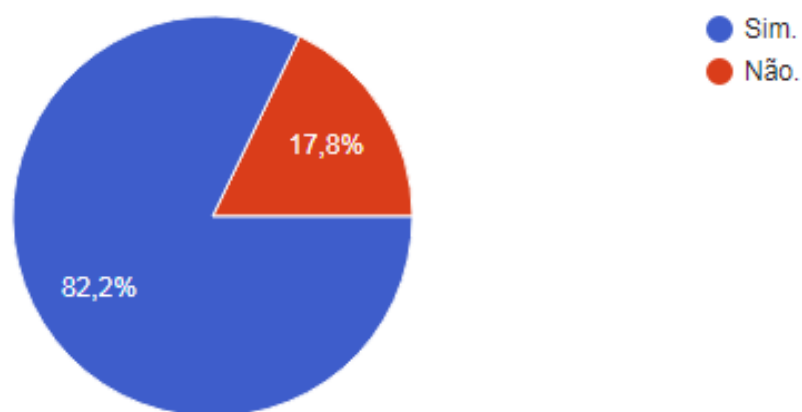
3.2.2 – Pergunta 2

Na pergunta 2, você mora em Bauru, obtivemos 235 respostas positivas, ou 82,2%; e 51 pessoas responderam negativamente, ou 17,8%. É importante notar que direcionamos à pesquisa aos músicos bauruenses. Mas, pelos registros do Facebook, a região de Bauru foi abrangida, especialmente as cidades do entorno (Pederneiras, Piratininga, Agudos, etc.). Como muitos dos músicos bauruenses tocam nessas cidades, resolvemos não limitar a pergunta apenas a moradores da cidade.

Gráfico 4 – pergunta 2

2) Você mora em Bauru?

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

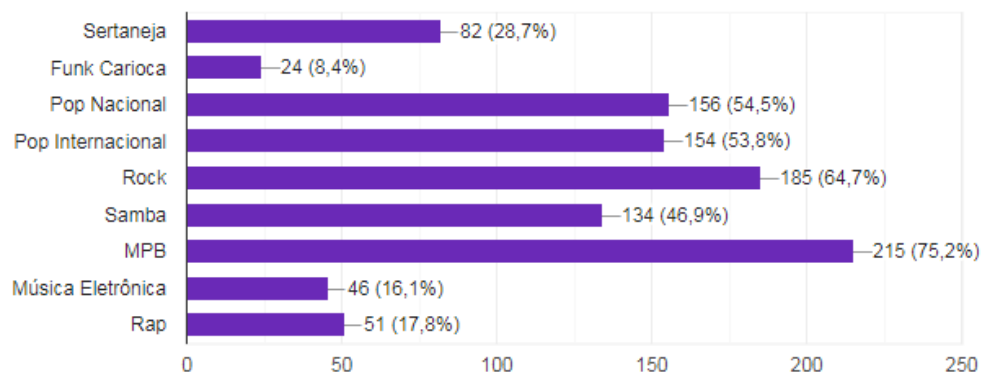
3.2.3 – Pergunta 3

Sobre a pergunta 3, “Qual o gênero de música que você costuma ouvir? Pode marcar mais de uma opção.”, obtivemos os seguintes resultados:

Gráfico 5 – pergunta 3

3) Qual o gênero de música que você costuma ouvir? Pode marcar mais de uma opção.

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

Dos respondentes, 75,2% ouvem MPB; 64,7% ouvem Rock; 54,5% ouvem Pop Nacional; 53,8% ouvem Pop Internacional; 46,9% ouvem Samba; 28,7% ouvem Sertanejo; 17,8% ouvem Rap; 16,1% ouvem Música Eletrônica; e 8,4% ouvem Funk Carioca. Curiosamente, por estarmos ligados a atividades de produção (no rádio, na TV e em apresentações ao vivo) de MPB, e trabalharmos em uma das emissoras mais populares da cidade, reconhecida pela programação Pop Rock, o bom resultado pode ser um reflexo de nossas conexões pessoais com a comunidade de artistas. Não podemos afirmar com plena certeza, devido ao alcance da pesquisa e da falta de controle sobre quem é o nosso público. De qualquer forma, cremos que esse registro é necessário, por termos ficado em isolamento e não termos podido interagir com as pessoas fora do ambiente virtual.

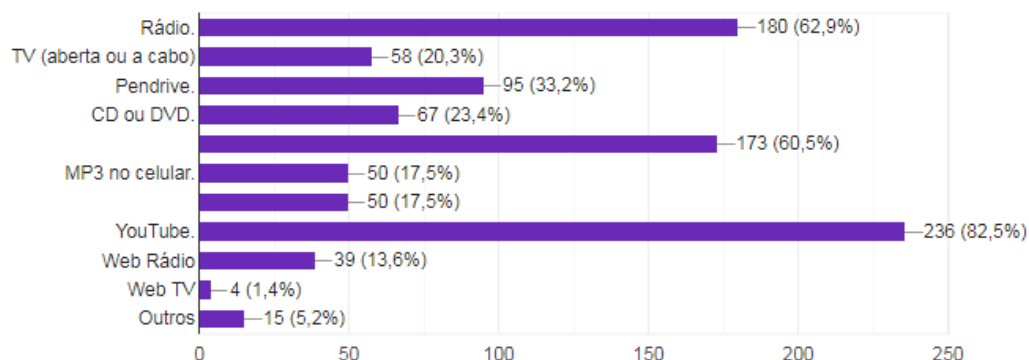
3.2.4 – Pergunta 4

Sobre a questão 4, “Quais os meios que você usa para ouvir música? Pode marcar mais de uma opção.”, obtivemos as seguintes respostas:

Gráfico 6 – pergunta 4

4) Quais os meios que você usa para ouvir música? Pode marcar mais de uma opção

286 respostas



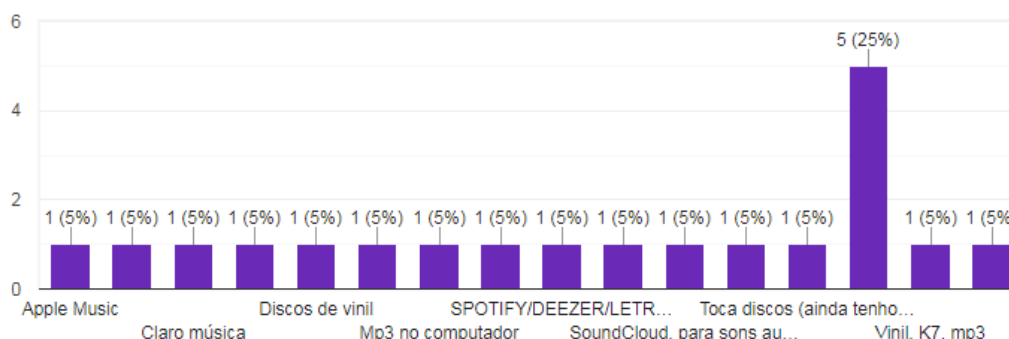
Fonte: o autor (2020)

Surpreendemo-nos com as duas primeiras respostas: YouTube, com 82,5% e Rádio 62,9%; Rádios Sociais, como Deezer e Spotify, 60,5%; Pendrive 33,2%; CD ou DVD 23,4%; TV (aberta e a cabo) 20,3%; um empate de 17,5% entre MP3 no celular e Mídias Digitais, como Facebook e Instagram; Web Rádio 13,6%; Outros 5,2%; Web TV 1,4%. Especificamente sobre a resposta “outros”, temos o seguinte:

Gráfico 7 – outros (pergunta 4)

Se outros, Quais?

20 respostas



Fonte: o autor (2020)

Foram 7 respondentes que afirmaram que ouvem vinil (uma escreveu disco de

vinil e outra fez questão de escrever “Toca Discos, ainda tenho muitos discos”); e 13 pessoas deram respostas diferentes: Apple Music; bares; Claro Música; costume baixar discos completos no computador; HD externo; MP3 no computador; uma escreveu MPB (mas não sabemos o que a levou a fazê-lo); outra destacou Deezer, Spotify, Letras e Lyrics Training, estes últimos são sites que têm letras de música e a possibilidade de ver uma gravação para cantar junto; som ao vivo; Sound Cloud para sons autorais; Spotify; vinil, K7 e MP3; e, por fim, a resposta “clássica, lírica, sacra, de meditação”.

3.2.5 – Pergunta 5

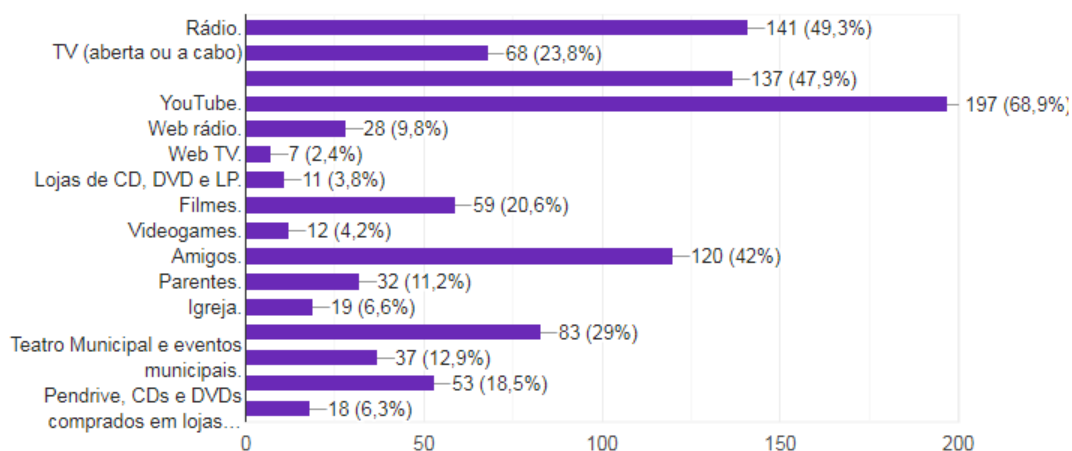
Quanto à quinta pergunta, “Qual a melhor opção para conhecer uma música nova ou um artista novo? Pode escolher mais de uma opção”, tivemos:

O YouTube, o rádio e as rádios sociais, respectivamente, com 68,9%, 49,3% e 47,9%. Depois, os Amigos, com 42%; SESC, SESI e outras instituições com 29%; TV Aberta ou a Cabo com 23, 8%; Filmes com 20,6%; Festas, Exposições e Feiras de Arte com 18,5%; Teatro Municipal e eventos com 12,9%; Parentes, 11,2%; Web Rádio com 9,8%; Igreja, 6,6,%; Pendrive, CDs e DVDs, 6,3%; Videogames, 4,2%; Lojas de CD, DVD e LP, 3,8%; Web TV 2,4%.

Gráfico 8 – pergunta 5

5) Qual a melhor opção para conhecer uma música nova ou um artista novo? Pode escolher mais de uma opção.

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

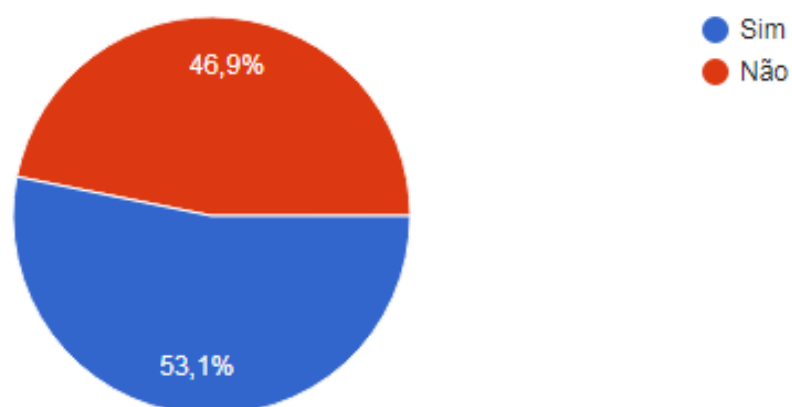
3.2.6 – Pergunta 6

Sobre a 6, “Você conhece a música de Bauru?”, pouco mais da metade dos participantes disseram que sim, 53,1%.

Gráfico 9 – pergunta 6

6) Você conhece a música de Bauru?

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

Essa questão demonstra o baixo alcance da música local. Se metade dos participantes (levando-se em conta a variação de 6%) não conhece a produção musical de Bauru, cremos que os esforços individuais e do poder público são insuficientes.

3.2.7 – Pergunta 7

Já na questão 7, “Você acha importante valorizar a música independente?”, 285 pessoas, ou 99,7%, responderam positivamente. Uma pessoa disse não.

Gráfico 10 – pergunta 7

7) Você acha importante valorizar a música independente?

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

Em comparação com a resposta anterior, podemos supor que quase a totalidade do público gostaria de conhecer a música de Bauru. É um dado que, em nossa visão, mostra o potencial da cidade para quem trabalha com música.

A grande centralização de eventos na cidade, falta de espaços e equipamentos públicos nos pontos fora da região central, pouca atividade cultural nas bibliotecas ramais, baixo investimento na formação de público, entre outros, podem explicar esse dado.

Como já afirmamos, as experiências que fizemos em rádio geraram participações e engajamentos dos ouvintes com os músicos locais por um período.

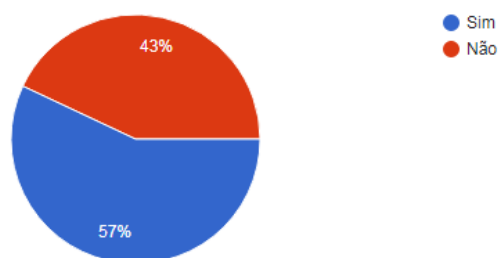
3.2.8 – Pergunta 8

Na oitava, “Você já teve a oportunidade de apoiar algum músico independente?”, foram 163 pessoas, ou 57%, que responderam sim. Outras 123, ou 43%, disseram que não.

Gráfico 11 – pergunta 8

8) Você já teve a oportunidade de apoiar algum músico independente

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

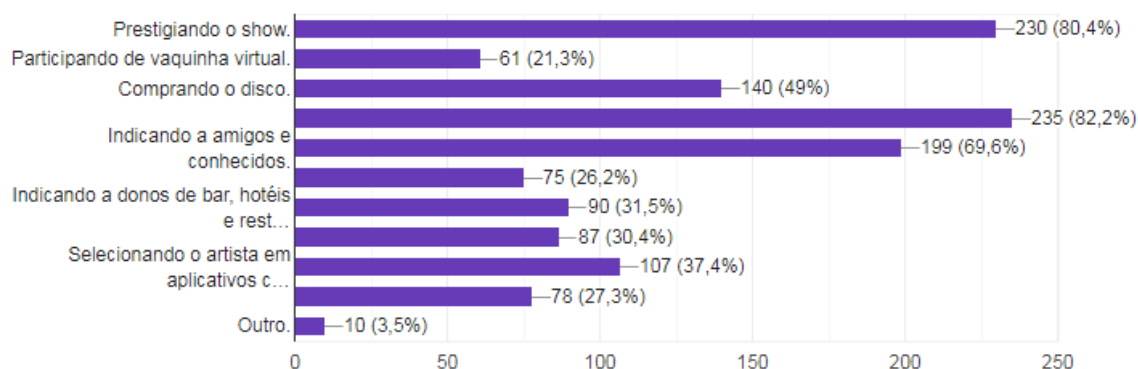
3.2.9 – Pergunta 9

Em conjunto com a questão anterior e procurando fazer com que o participante refletisse mais sobre a resposta, na nona questão, “como você acha que é a melhor forma de ajudar um músico independente?” (também com a possibilidade de marcar mais de uma opção), tivemos os seguintes resultados:

Gráfico 12 – pergunta 9

9) Como você acha que é a melhor forma de ajudar um músico independente?

286 respostas



Fonte: o autor (2020)

Dos respondentes, 82,2% disseram que ajudam compartilhando o material de divulgação; 80,4% disseram que ajudam prestigiando o show; 69,9% escolheram a opção “indicando a amigos e conhecidos”; 49% disseram que ajudam comprando o disco; 37,4%

escolheram “selecionando o artista em aplicativos como Deezer e Spotify”; 31,5% disseram que ajudam indicando a donos de bar, hotéis e restaurantes; 27,3% disseram que ajudam pedindo música na rádio; 26,2% disseram que ajudam contratando para uma festa ou evento; 21,3% disseram que ajudam participando de vaquinha virtual; e outra forma de ajuda, ficou com 3,5%.

Note-se que a maioria das respostas se concentra em possibilidades de ajuda de baixo custo. São indicações para campanhas que, inclusive, já ocorrem de forma difusa no Facebook (do tipo apoie seu amigo artista). Especificamente sobre o “outro”, tivemos as seguintes 12 respostas:

Desenho 3 – respostas de outros – pergunta 9

Se outro, qual?

12 respostas

Investindo nele

Comentários pessoais positivos, ou mesmo críticas construtivas. Nada mais gratificante do que um elogio, e nada mais humilhante do que gozação com um trabalho levado a sério.

Fazemos livres com bandas através do nosso estúdio

Prestigiar o show, e ajudar financeiramente se possível.

Levando os shows aos projetos sociais

Poder publico patrocinando a cultura em geral o lazer é um direito do povo e é inexistente em Bauru e Brasil

associando-se pagamento mensalidade para apoio Ex. ABAL Associação Brasileira dos Artistas Líricos de Campinas

Assessorando em Leis de Incentivo Fiscal

Radio

Sou produtor audiovisual e costumo fazer descontos e parcerias com músicos independentes.

Criando espaços e convidando para entrevistas e divulgação em veículos de comunicação

Divulgação como um todo.

Fonte: o autor (2020)

Percebemos pelas respostas que há uma variação muito grande, algumas com um viés claramente paternalista e outras mais pragmáticas. Cremos que esse é o reflexo da invisibilidade dos músicos locais e, parte da responsabilidade sobre isso recai sobre o poder público municipal, já que falta um melhor planejamento para incluir os artistas autônomos da cidade. A falta de padronização dos eventos, as aparições esporádicas da música local nas festas organizadas gratuitamente, a centralização dos eventos na área central da cidade e consequente ausência nas periferias, somadas às ações voltadas ao pagamento de artistas de fora nos eventos da cidade, podem explicar os motivos de respostas tão díspares.

3.2.10 – Pergunta 10 e seus desdobramentos

A décima e última questão, “Deixe aqui seu comentário, sugestão, crítica ou comentário sobre a música independente que você acha que pode ajudar a refletir sobre o tema.”, foi a mais desafiadora por ser aberta. Entre “nada a declarar”, e caracteres desconexos, as 286 pessoas foram obrigadas a escrever alguma coisa (todas elas integralmente no Apêndice L). De fato, seguiram as variações que percebemos no último item.

Resolvemos estabelecer categorias (GIL, 1994, p. 166) para enquadrar as respostas. Chegamos a 14 padrões: A responsabilidade é da sociedade (85 respostas); a responsabilidade é do músico (35 respostas); a responsabilidade é do indivíduo (18 respostas); é importante estar no rádio e na grande mídia (30 respostas); se estiver na grande mídia perde qualidade (5 respostas); relação rádio e jabá (6 respostas); a música deveria estar na escola (5 respostas); românticos e filósofos (23 respostas); afogados em informação de qualidade (6 respostas); parabenizações, sem comentários e outros caracteres (69 respostas); e mais 4 categorias que tiveram apenas uma menção e não se encaixam em outras:

Começamos com as categorias que contêm os padrões de resposta mais frequentes.

3.2.10.1 – A responsabilidade é da sociedade

As 85 respostas indicavam que a música independente é muito importante (para a cultura, para a identidade, para inovação da arte local) e por isso deve ser apoiada pela sociedade. Os participantes apontaram isso ao mencionar: a falta de espaços (em espaços públicos e privados), a falta de apoio (do poder público municipal, do ministério da cultura, da região, da prefeitura, da secretaria de cultura, de bares, shoppings e casas de shows). Alguns mencionaram a falta de apoio no começo da carreira e o reconhecimento somente quando o artista já está conhecido, reforçando a ideia de que não existe espaço para o artista chegar ao “povão”; assim como, a ausência de festivais; outra imaginava que falta alguém da “música popular bauruense” na secretaria cultura, além de apontar a verba mal distribuída da pasta; uma resposta até sugeriu um desconto nos tributos

municipais aos estabelecimentos que contratarem músicos com “som autoral”. Outros disseram que o poder público não apoia a MPB, lembrando ações do passado, dos “anos 1980”, época do “caminhão palco” que já citamos no capítulo anterior. No âmbito privado, culpavam o pouco espaço para o som autoral no SESC e no SESI, nos shoppings e nos bares e cachês insignificantes, que não comprem nem contratam o músico que não está no “auge”.

3.2.10.2 – Parabenizações, sem comentários e outros caracteres

A segunda maior categoria, com 69 participações, eram frases do tipo “não tenho opinião formada”; outras demonstravam apoio e parabenizações aos músicos e à pesquisa; algumas pessoas colocavam algum caractere para não deixar o campo em branco; algumas pessoas deixavam claro que não conheciam (não sabemos se não conheciam dicas, o mercado de música independente ou os músicos) e recebemos até dicas de bandas e canais do YouTube.

3.2.10.3 – A responsabilidade é do músico

Algumas das 35 respostas demonstravam a percepção de que há falta de iniciativa por parte dos músicos (por não se “adaptar ao mercado”, por não haver investimento em propaganda, por não ter “ousadia”, por não se informar sobre “outros gêneros” mais populares, por não fazerem shows abertos, por não buscar projetos sociais e escolares, etc.); outras apontavam a falta de união entre os músicos (eles deviam se “unir”, fazer *playlists*, páginas de internet, agenda de shows e página do Facebook juntos, celebrar parcerias com universidades, “mapear” os artistas para terem mais “visibilidade”, etc.) e algumas outras sugeriam ações a se fazer e a se aprender (aprender a vender, a se “associar” a mídias digitais, porque a música “não está associada ao local”, desenvolver “networking”, união de músicos e produtores, usar “*crowdfunding*”, criar relacionamento com o público, não se concentrar em apenas 1 público, etc.).

3.2.10.4 – É importante estar no rádio e na grande mídia

As 30 respostas miram, principalmente, o rádio (“ter horário diário no rádio”), mas também “a grande mídia”, a “mídia nacional”, “assessoria de comunicação” e a TV. Assim, as participações apontam para a dificuldade dos músicos por não estarem “na mídia”, tanto “quantitativamente quanto qualitativamente”. Outro acredita que “mídia independente também não ajuda”.

3.2.10.5 – Românticos e filósofos

Com 23 respostas variando entre frases que exaltam a música como arte acima da realidade concreta (que está “acima do dinheiro”, da “fama”) e definições que utilizam verbos impalpáveis (tais como, a música independente deve “ecoar”, “vibrar”, “ter sorte”, etc.), essa categoria reúne apaixonados pela música, admiradores dos músicos, mas que não tinham sugestões sobre o assunto. Algumas manifestações lembravam o quanto o músico é um profissional desvalorizado, apesar do trabalho duro. Para outro, o músico deveria se orgulhar da sua criação; outra participação, ainda, afirmava que a “realidade do mercado independente é a base dos gêneros musicais”; outros exaltavam a música como “vida”, que deve “permanecer apesar das intempéries”, e que o músico “precisa se fortalecer”, “tem o direito de brilhar”, é “corajoso”.

3.2.10.6 – A responsabilidade é do indivíduo

Entre os respondentes, 18 participantes atribuíam as dificuldades da música independente a si mesmos de várias formas: uma resposta falava que as pessoas deviam ser mais “proativas” na busca por música; outro que devemos “aprender a ouvir”, aprender a “reconhecer o trabalho”, a “pagar portaria” nos bares; outra apontava que “faltam pessoas dispostas a conhecer coisas novas”. Outros, apelando às teorias da comunicação, diziam que a “massa” está acostumada com “enlatados” ou com o “cover” e tem “preguiça” de buscar trabalhos autorais; outro, afirmava que as dificuldades vêm porque “estamos no interior”, e que deveríamos olhar para o que “está fora da bolha” das nossas redes digitais.

3.2.10.7 – Relação rádio e jabá

A relação entre rádio e música ainda é muito forte, tanto que 6 respostas acusavam o rádio de não tocar a música local por causa do ‘jabá’, ou porque os independentes não fazem parte da “máfia”, ou da “bolha” de gravadoras, que “devem ser rompidas”. Outros recomendavam que o rádio deve “valorizar mais” a música independente e deixar de dar “destaque a poucos”.

3.2.10.8 – Afogados em informação de qualidade

Também com 6 respostas, esses participantes afirmavam que a música independente sofre dificuldades porque é difícil seguir as novidades, seja pela falta de divulgação eficaz ou falta de sorte, seja pela falta de qualidade de “som”, de “letra”, de “música”; uma pessoa afirmava que a música local “nem sempre é boa”; outros, que o músico deveria “quebrar as barreiras” na forma de se apresentar. De uma forma ou de outra, seguem uma ideia de que o mercado é cultura (ORTIZ, 2006, p.115).

3.2.10.9 – Se estiver na grande mídia perde qualidade

Mais 5 participantes foram categóricos ao relacionar a qualidade da música com a independência. Já que para eles, ao estar na “grande mídia”, na “Globo”, na “novela”, a música perderia qualidade. Afinal, a música independente é a “poesia” que é “voz do povo”. Outra participação, enigmática, perguntava: “qual a relação entre produção independente e cultura de massa?”.

3.2.10.10 – Música deveria estar na escola

Também com 5 respostas, esses participantes relacionavam a pouca valorização da música independente com a falta de educação: nas palavras de um participante,

“consumo massificado”, que valoriza o que vem de “fora” ou de “longe” é sinal de falta de educação. Para valorizar o que “está perto”, a musicalização “de diferentes gêneros” na escola é uma solução.

3.2.10.11 – Está no SESC e na UNESP FM

Uma pessoa afirmou que a música independente já está no SESC e na UNESP FM e são exemplos a serem seguidos.

3.2.10.12 – Sindicato dos músicos explora e dificulta o trabalho

Outra apontou que o problema está na taxação de músicos pelo “sindicato”.

3.2.10.13 – Direitos Autorais no YouTube requer debate

Também com 1 participação, um participante sugere que, com a popularidade do Youtube, a questão do pagamento dos direitos autorais poderia ser uma solução.

3.2.10.14 – Jovens não gostam e têm vergonha

E, por fim, um dos participantes afirmou que a música que era feita nas comunidades já não atinge os mais jovens, sugerindo que os jovens preferem a música *mainstream* por sentirem vergonha da música da comunidade.

3.3 - Conclusão

Seja pela total independência, seja pelos graus de dependência por algumas gravadoras, ou montando seu próprio estúdio, os profissionais da música de Bauru, diferente de São Paulo, vivem de pequenas e, na maioria das vezes, individuais iniciativas autônomas. Ou seja, o que une os artistas independentes que entrevistamos é a autogestão. Às vezes ocorrem parcerias, mas as lideranças seguem trabalhando paralelamente e, cremos, a liberdade e independência dos músicos deve ser mantida.

Quando evocamos que a leitura da realidade observada do nosso objeto de pesquisa seria a da produção, muito ligada a nossa experiência profissional, instintivamente percebíamos que a ação de produtor está calcada na ação de mediar, de

tornar comum um conteúdo individual para um público maior. Sem muita consciência, ao longo dos anos percebemos que um produtor de conteúdo é um ator que desempenha uma função dominante sobre uma parcela da sociedade. E foi em Renato Ortiz (2006) que conseguimos ter uma consciência um pouco mais acurada dessa situação percebida na prática.

Seguindo Ortiz (2006, p. 142), um artista independente, autônomo, funciona como uma voz isolada. Poucas pessoas absorveram sua mensagem de forma a elegê-la como uma expressão popular, como uma manifestação da cultura de um grupo. Talvez aí resida a diferença principal entre um artista independente, e outro que já tenha uma carreira consolidada, cuja ação da sua carreira corre de forma planejada e em sintonia com diversos profissionais da indústria do disco e da imprensa. Ambos os artistas produzem sua arte e, a despeito do que já descrevemos sobre as possibilidades de cada um, o discurso do primeiro não tem condições de engajar um público muito grande. Enquanto um artista comercialmente consolidado já foi transformado em expressão de um grupo maior, tornando-se parte da cultura de um determinado (e expressivo) conjunto de indivíduos. Sua mensagem artística, individual, passa a integrar um todo, como se fosse a expressão cultural de muitas pessoas.

De certa forma, esse artista que ganhou acesso a gravadoras, mídias hegemônicas, ao esquema mercadológico das chamadas *majors* funciona como um mediador, tal como um produtor audiovisual, de rádio, de TV e de shows dentro de uma cidade. O que poderia unificar uma expressão artística se não o discurso, que a constrói como expressão cultural, como identidade local, como parte da memória coletiva? Como diz um veterano radialista que conhecemos, ao embalarmos para presente uma música feita na cidade na programação de rádio, dando destaque à história de seu autor, das circunstâncias em que foi feita, detalhes da sua apresentação e gravação (não somente uma vez, mas várias vezes), um radialista pode criar um laço entre a obra e o ouvinte.

Ao levarmos em consideração algumas das respostas do público que participou do questionário que propusemos, perceberemos que os produtores de conteúdo do rádio e do YouTube, principalmente, são considerados os curadores de boa parte deles. Isso reforça a necessidade da ação de um produtor voltado ao audiovisual para garantir que a mensagem musical composta por um ou mais produtores musicais chegue a mais pessoas.

Como Gil Vaz relata, além da já citada iniciativa da Vanguarda Paulista, do grupo Lira Paulistana, na capital paulista houve a cobertura intensiva e duradoura do cenário independente local pelas emissoras TV Bandeirantes, TV Cultura e TV Globo. Críticos atuantes em rádio e com contatos no meio impresso e televisivo, como Maurício Kubrusly, à época na rádio Excelsior, também cobriram a produção dos novos artistas que moravam em São Paulo. Ademais, a USP, além de formar profissionais especializados, criou o Serviço de Difusão de Partituras (1988, p. 55), havia a atuação de conservatórios musicais, selos e gravadoras, e um número muito grande de pessoas com gostos bastante variados. Possibilidades com as quais Bauru não conta. Porém, há considerações que vão além dessas possibilidades que a música popular independente de São Paulo conseguiu utilizar a seu favor. Vaz conta-nos que a música erudita na capital paulista, apesar de toda esta estrutura, não conseguiu ir além das iniciativas personalistas (1998, p. 62).

É-nos evidente que reunir estas iniciativas históricas e analisar o mercado atual da cidade pode, de alguma maneira, suscitar novos debates e até inspirar novos empreendimentos. E os meios sociais, o barateamento de equipamentos e o acesso a formas gratuitas de veiculação através de textos, fotografias, áudios e vídeos, surgidos com a internet, podem contribuir para furar o bloqueio usual que existe nos meios de comunicação tradicionais e extrapolar o isolamento dos grupos e artistas independentes de Bauru.

As ações no âmbito da produção audiovisual que tratamos aqui, devemos lembrar, estão em um momento após a produção musical. Nesta pesquisa não consideramos aspectos técnicos relacionados à música, tais como arranjo, qualidade vocal do cantor, seu desempenho no palco, etc. Ao utilizarmos os nove gêneros musicais distintos (podendo incluir outros), nosso intuito foi o de respeitar as preferências do público mais consumidas.

Dessa forma, sugere-se que os músicos ou outro profissional especializado deve se especializar na relação com outros músicos, com os contratantes, com o público, com a imprensa e com o poder público municipal. Considerando, também de acordo com as respostas obtidas pelo questionário, que os bauruenses parecem estar receptivos para conhecer a música local, consideram importante sua valorização e também manifestaram disposição para apoiar os músicos da cidade, existe um potencial grande dessas ações

conjuntas resultarem em um plano que pode aproveitar a massa crítica e o potencial criativo dos músicos.

Mesmo com a alegada falta de tempo, de interesse e de participação de alguns dos compositores entrevistados, a organização dos músicos pode ser voltada, inclusive, para a melhor administração do tempo dos músicos, melhoria do ambiente profissional e participação mais ativa no desenho de políticas culturais no município. É possível produzir ações mais simples, como a criação de uma página, perfil ou grupo em alguma mídia digital para pensar a realidade do músico de Bauru, propor medidas de interação com os contratantes (empresários e organizações), com os meios de comunicação da cidade, compartilhar ideias (entre si e entre as organizações) e, claro, buscar envolver as autoridades constituídas e organizações (SESC, SESI, SEST, pontos de cultura, secretaria municipal da cultura, secretaria municipal da educação, prefeitura e câmara municipal) com a finalidade de mostrar a necessidade dos artistas profissionais bauruenses que produzem música local.

Outras ações, como a criação de uma organização, de um foro, de um sindicato ou uma associação, podem permitir que se contrate pessoas para desenhar projetos individuais e coletivos, profissionais de marketing, da área do audiovisual (ou outras que se façam necessárias), para debater o ambiente cultural da cidade (distribuição, qualidade das estruturas, oportunidades, etc.) e os eventos (periodicidade, formas de contratação, ações interessantes, participações junto aos artistas de nome nacional contratados, etc.) e até fazer aproximações com as rádios, televisões e jornais tradicionais, os canais de informação, música e vídeos *online* e até fornecer conteúdo às rádios sociais (como Spotify, Deezer, etc.). Contatar agências de distribuição de conteúdo (como a Crowley), agências de publicidade, autoridades responsáveis pelos eventos (Carnaval, festas religiosas e feriados, dia do aniversário da cidade), clubes, universidades e universitários (e suas festas), empresários e organizações (Shoppings, CDL, Sincomércio, ARCO, casas noturnas, etc.), organizadores de feirões de automóveis e de imóveis, responsáveis pelos times da cidade (Noroeste, Sesi Vôlei e Sendi-Bauru Basquete), entre outras ações. Isso, sem mencionar as ações empreendedoras dos próprios músicos.

Tanto no breve levantamento histórico sobre a música da cidade, quanto nas entrevistas do segundo capítulo, percebemos que as ações de valorização do músico estavam nas mãos de empresários (por exemplo, da televisão e do rádio, quando a música

ao vivo era necessária) ou, majoritariamente até hoje, nas mãos do poder público. Mesmo assim, a maior parte do registro dessa produção musical foi perdida. A utilização dos meios eletrônicos de comunicação pode ser aprimorada com as técnicas mais eficientes do marketing, da publicidade, do audiovisual, para garantir conteúdo e informação.

Limitamo-nos a sugerir porque, enquanto pesquisadores, não nos sentimos confortáveis a pensar pelos profissionais de música. Tampouco como produtores consideramos possível a criação de uma solução que possa caber a toda categoria como algo mágico. A solução deve vir dos músicos. Acreditamos firmemente que os dados consolidados nesta pesquisa podem alimentar o debate, podem fazer surgir outras pesquisas, soluções, críticas e ações que se adaptem à realidade dos músicos.

Para o próximo e último capítulo, buscaremos responder às questões que foram propostas no primeiro capítulo.

Quando eu canto
É para aliviar meu pranto
E o pranto de quem já
Tanto sofreu
Quando eu canto
Estou sentindo a luz de um santo
Estou ajoelhando
Aos pés de Deus
Canto para anunciar o dia
Canto para amenizar a noite
Canto pra denunciar o açoite
Canto também contra a tirania
Canto porque numa melodia
Acendo no coração do povo
A esperança de um mundo novo
E a luta para se viver em paz!

Do poder da criação
Sou continuação
E quero agradecer
Foi ouvida minha súplica
Mensageiro sou da música
O meu canto é uma missão
Tem força de oração
E eu cumpro o meu dever
Há os que vivem a chorar
Eu vivo pra cantar
E canto pra viver

Quando eu canto, a morte me percorre
E eu solto um canto da garganta
Que a cigarra quando canta morre
E a madeira quando morre, canta!

CAPÍTULO 4

4 – Introdução

A poesia de Paulo César Pinheiro, um dos mais prolíficos compositores da música brasileira, musicada por João Nogueira, traduz o sentimento que já ouvimos repetidamente nas coxias, de que a música, como se fosse uma dádiva de entes superiores, age pelos seres humanos que se dedicam à ela com paixão e insistência, que encaram a música como uma missão de vida.

E pudemos perceber, pela vivência e pelas leituras teóricas, que o ato lúdico de criar e combinar sons melódicos e letras poéticas (tocadas e cantadas por vozes carregadas de emoção) são ações e manifestações expressivas e criativas inerentes aos seres e grupos humanos, de praticamente, todas as culturas e lugares. São manifestações transcendentais que estiveram presentes desde a evolução das primeiras formas de sociabilidades e de linguagens simbólicas humanas.

Conforme indivíduos e grupos desenvolveram habilidades e técnicas para produzir ferramentas e utensílios para atender as necessidades de sobrevivência, logo também puderam construir artefatos para traduzir as percepções auditivas que constituíam repertórios rítmicos instrumentais e vocais cada vez mais complexos, como exemplificado por Chion (1994, p. 25). Conforme evoluíam os conhecimentos práticos e os recursos materiais de cada sociedade, os grupos humanos também aprimoravam as suas capacidades de extrair tons melódicos de vários tipos de instrumentos, de criar variados artefatos sonoros para marcarem o compasso de suas danças e rituais. A arte rítmica, matemática, instigou a criação poética das expressões vocalizadas por indivíduos ou por grupos, em manifestações lúdicas ou religiosas. Os povos que desenvolveram formas de escrita, também criaram sistemas sofisticados para registrar, transmitir e preservar as suas produções musicais.

Todas as culturas, por mais primitivas que nos pareçam na atualidade, também foram nutridas por algumas manifestações artísticas canoras e instrumentais. Instrumentistas e cantores são categorias e ofícios artísticos tão milenares quanto as primeiras atividades produtivas das pioneiras sociedades de agricultores e de criadores de animais. Segundo Domenico de Masi, entre 100 mil e 30 mil anos atrás, os neandertalenses, antes de “serem ultrapassados” por seres humanos do tipo Cro-Magnon, foram os responsáveis por nos legar, depois da tecnologia e da teologia, a estética, que “requer a faculdade de abstração, de síntese, de simbolização e de associação” (MASI,

2003, p. 62) e que aprimoramos ao longo dos séculos.

Entre as antigas sociedades asiáticas e africanas e entre as culturas greco-romanas mais recentes, que deram origem aos atuais povos ocidentais, há inúmeros registros da importante presença cultural dos instrumentistas e intérpretes canoros entre as elites político-econômicas, e mesmo entre a população escravizada ou entre os homens livres, a música, a dança, as representações cênicas são apreciadas e já exercidas como ofícios artísticos. De acordo com Bohumil Med, três mil anos antes de Cristo, os chineses já desenvolviam teorias musicais, especialmente importantes para os “intermediários” da arte de combinar sons, aqueles que são os responsáveis por levar ao público o que o compositor inventa. Arte esta que não está limitada ao domínio mecânico de um instrumento, mas estruturada em diversas disciplinas para além da teoria musical básica, tais como

solfejo, ritmo, percepção melódica, rítmica, tímbrica e dinâmica, harmonia, contraponto, formas musicais, instrumentos musicais, instrumentação, orquestração, arranjo, fisiologia da voz e fonética, psicologia da música, pedagogia musical, história da música, acústica musical, análise musical, composição, regência e técnica de um ou mais instrumentos musicais específicos. (MED, 1996, p. 9).

Entretanto, é a partir das sociedades modernas e urbano-industriais que as artes canoro-musicais vão adquirir crescente valor cultural e econômico e vão ser traduzidas em enorme diversidade estético-cultural entre todas as camadas sociais abrangidas pelas novas formas de produção e de consumo material e simbólico, que passam a tipificar a vida moderna.

A pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias para gravação e reprodução sonora feitas nas duas últimas décadas do século XIX deu origem a partir do início do século XX, à indústria fonográfica, cuja produção e audiência musical foi constantemente ampliada a partir da década de 1920, pelo desenvolvimento da radiodifusão, do cinema sonoro, e pela televisão, após a segunda guerra mundial. Também, foi durante todo o século passado, que o *status* artístico das profissões de instrumentista, cantor e compositor foram reconhecidas e regulamentadas como profissões liberais, enquanto crescia a presença e a importância dos artistas de renome nas principais emissoras brasileiras das capitais e das maiores cidades interioranas. Como nos lembram Lipovetsky e Serroy, a “economia do *star-system*” é invenção hollywoodiana da década de 1910, com apogeu entre 1930 e 40, na qual toda a indústria cinematográfica passa a trabalhar esteticamente e publicitariamente a produção de atores celebridades para maximizar lucros (2015, p. 203).

Estendido ao rádio e à música, presença dos chamados astros e estrelas famosos passou a ser disputada pelos produtores e apresentadores programas de auditório, como fonte de audiência e faturamento, um fator que também relegou aos artistas consagrados, a tarefa de gerir da melhor forma possível. às suas árduas carreiras; uma exigência que logo se tornou um desafio constante para os artistas iniciantes, ou para aqueles que decidiram viver de exhibir independentemente os seus talentos nos pequenos palcos das inúmeras localidades brasileiras, como abordamos no terceiro capítulo.

Existiriam, na atualidade tão repleta de recursos de gravação sonora e audiovisual e de canais para difusão de conteúdos musicais, outra (s) possibilidade (s) para os artistas iniciantes ou para os independentes veteranos mostrarem os seus talentos e as criações para os seus públicos, de maneiras que possam ser reconhecidos e remunerados pelo que produzem e apresentam artisticamente, seja presencialmente ou seja nos palcos virtuais? Se os artistas iniciantes e independentes prosseguirem agindo isoladamente, sem dispor de conhecimentos e de ferramentas estratégicas para realizarem uma divulgação digital eficiente, ou sem recursos financeiros para pagar os caros impulsionamentos comerciais da internet, tememos que eles ficarão cada vez mais sem meios de sobrevivência, sempre mais atomizados em meio ao expansivo, “interligado e desterritorializado” ciberespaço (MAGNONI; LEITE, 2018, p 247). Todavia, acreditamos que, por ser um mercado menor e com um público ambientado em comunidades mais reduzidas (com acesso mais próximo e pessoal aos artistas), o cenário de música independente local ainda permite aos artistas a adoção de estratégias que envolvam os setores comerciais que contratam o trabalho dos artistas, os meios tradicionais de comunicação que ainda produzem conteúdos e buscam atrações locais (e que tenham audiência já definida por gênero musical), os interlocutores do poder público municipal e, claro, as ferramentas digitais. Defendemos, desde o começo desta pesquisa, que “a cultura local está fortemente ligada ao desenvolvimento da comunidade, não apenas economicamente, mas como fator de identidade e cidadania” (MAGNONI; LEITE, 2018, p 255).

Aqui não falamos em possibilidades evocando o sofisma comum, em voga nos manuais de autoajuda e nas requisitadas palestras dos muitos *coaches* da atualidade, que as oportunidades são iguais para todos, que existe algo semelhante a uma meritocracia derivada do poder do individualismo, etc. De pronto ressaltamos que a pesquisa que realizamos não teve intenção de despertar falsas esperanças em muitos artistas independentes de Bauru e região, que além das suas dificuldades habituais, nesse

momento amargam uma brusca perda de suas rendas de sobrevivência, em função do isolamento social requerido como medida sanitária para deter a pandemia causada pelo coronavírus. Porém, por sermos conhecedores dos segmentos abordados (mais os meios de comunicação e de produção de espetáculos do que os outros nichos artísticos, dispondo, por atuarmos na docência dos cursos de Audiovisual e de Publicidade e Propaganda, de uma percepção com algum nível de detalhamento sobre a ação de *marketing* na internet, além de convivermos com publicitários e profissionais que desenvolvem estratégias de divulgação nos meios digitais e termos testemunhado ações coletivas de sucesso, mesmo que algumas tenham sido breves e pontuais) percebemos que existe uma boa abertura no mercado bauruense de entretenimento musical e interesse do poder público municipal em promover ações artísticas. Assim, essa pesquisa pode gerar um debate coletivo pode gerar ideias e soluções para os profissionais da música local.

Para explicarmos melhor essas possibilidades extraídas dos dados da pesquisa de campo, o texto está dividido em duas partes: o cenário atual como o de melhor potencial (de acordo com o levantamento histórico que fizemos e com a opinião do público que respondeu o questionário de pesquisa) e as considerações finais, na qual encadaremos essas ideias com as respostas às perguntas que levantamos no primeiro capítulo. Esperamos que as informações contidas nessas páginas possam suscitar novas pesquisas e trocas de informações. Entretanto, os resultados que obtivemos não devem ser interpretados como se constituíssem um manual para quem vive de música.

A interpretação das amostras de campo propiciou uma visualização das distintas realidades vividas pelos músicos e intérpretes musicais da cidade de Bauru. Também revelou algumas demandas para os artistas independentes, que ultrapassam o mero talento artístico pessoal. Aqueles que desejam viver dignamente de suas artes, nos atuais tempos de comunicação plenamente digitalizadas, terão que entender e dominar adequadamente os recursos e estratégias de divulgação daquilo que produzem artisticamente nas suas redes sociais e na dos públicos que estão dispostos a pagar pelo acesso à produção musical independente.

4.1 – O Cenário atual e suas possibilidades

Como vimos anteriormente, desde o início das atividades das Indústrias Culturais, os artistas tiveram que aceitar a apropriação de grande parte do resultado de seus talentos por quem detinha os recursos para gravar, prensar, comercializar e distribuir os discos.

Ou seja, os donos das gravadoras, dos sistemas midiáticos de divulgação das músicas gravadas e de distribuição e vendagem dos discos sempre ficaram com uma parte considerável daquilo que era criado pelo talento dos artistas. A evolução desse mercado musical independente, cujo resumo elencamos no segundo capítulo, se não garantiu uma melhora efetiva da situação dos músicos, garante-lhes possibilidades que antes eram praticamente impossíveis, embora a atualidade seja a do trabalho artístico autônomo, precarizado. Como constatamos na pesquisa teórica e de campo, o cenário atual ganhou complexidade e demonstrou a agilidade de adaptação ou de reconfiguração dos chamados *players* dos mercados envolvidos. Espera-se a mesma compreensão desse cenário e similar agilidade por parte dos músicos.

Vejamos, enquanto alguns dos artistas já consagrados brigam por melhores pagamentos de direitos autorais (DE MARCHI, 2015, p. 179), os músicos locais focam sua atividade nas apresentações ao vivo. Segundo os próprios entrevistados, a maioria (5 músicos) acredita que a divulgação de uma nova composição é mais interessante se puder ser divulgada em meios analógicos e digitais concomitantemente. Os 4 restantes dedicam-se somente à divulgação *online* de novas composições. Sabendo que todos os participantes têm contas em mídias digitais e, tendo consciência de que os modelos apresentados por essas plataformas privilegiam os conteúdos virais, normalmente, de artistas já conhecidos (ou apoiados por eles), cremos que as estratégias de uso dessas plataformas devem ser alteradas.

Como já mencionamos, as técnicas de divulgação e venda, especialmente de produtos e serviços de fornecedores individuais, em plataformas como o Facebook (e Instagram, que pertencem à mesma multinacional) não são os mesmos canais de divulgação que são utilizados para difusões massivas e virais de artistas contratados por empresas de atuação nacional e internacional, tampouco são as utilizadas por artistas-empresa, ou banda-empresa, autônomas, mas consolidadas. Sobre estas últimas, o professor Leonardo De Marchi fez um excelente levantamento em seu livro “A Destruição Criadora da Indústria Fonográfica Brasileira” (2016).

Considerando que os nomes conhecidos nacionalmente, por exemplo, já contam com um grupo de fãs e seguidores, recursos financeiros e toda uma estrutura de *marketing* (em meios analógicos e digitais), a simples publicação de vídeos pode viralizar (e se monetizar). Um artista local pode redimensionar a sua estratégia de divulgação, mas, se publicar apenas em uma mídia digital um videoclipe, dificilmente ele atingirá um razoável número de pessoas. Afinal, voltamos a afirmar que somos livres para abastecer com

conteúdos todos os canais digitais disponíveis, mas o custo para atingir um número significativo de usuários é alto, porque tais serviços de impulsionamento de mensagens direcionadas para um determinado público-alvo são realizados por sofisticados sistemas de difusão digital controlados por poucas empresas multinacionais.

Como mencionou um dos compositores entrevistados, muitas gravadoras apostam no artista independente que já esteja pronto para receber um investimento para deslanchar a carreira, ou seja, em alguém que já se relacione bem com o público e com os contratantes, e que já tenha organizado digitalmente a sua carreira. Enfim, os mercadores de carreiras querem investir em um projeto que possa ter um custo menor para o impulsionamento e maior expectativa de retorno. É dessa forma que um grupo empresarial utiliza sua estrutura de *marketing* e recursos financeiros para impulsionar um conteúdo específico no ambiente digital, mas também para divulgá-lo nos meios tradicionais de comunicação.

E para atingir esse nível, em nossa visão, um artista local deve dominar a arte, as técnicas e tecnologias de produção de conteúdo (em áudio e em áudio e vídeo, integrando-os às estratégias de divulgação em mídias analógicas e digitais), com objetivo de diminuir custos e a fortalecer seu nome entre o público da região onde atua e difunde a sua produção. Além da união entre os artistas, cada compositor também deve desenvolver um modo profissional de como apresentar esse trabalho aos contratantes e aos representantes do setor cultural do município.

Podemos afirmar que esse conjunto de ações feitas localmente (individualmente, por grupos, por gênero e pelos músicos independentes unidos) se alinha à definição de nova indústria fonográfica global desenhada pelo pesquisador Leonardo De Marchi:

(...) um complexo de diferentes negócios de produção, distribuição e consumo de fonogramas e serviços relacionados ao seu acesso, no qual um conjunto heterogêneo de agentes (empresas, indivíduos e até mesmo o Estado) se articula de forma estratégica e pontual para realizar projetos específicos. (DE MARCHI, 2016, p. 194).

Nossa proposta, assim, pode ser lida como a formação de uma rede de produção local que, inevitavelmente, fará parte das outras redes existentes fora do município, consolidando a presença dos compositores e intérpretes na internet. Caso se consolide, essa rede pode ficar cada vez mais complexa, respondendo às necessidades dos seus integrantes. Com base no que pesquisamos até aqui, esperamos poder demonstrar as potencialidades que enxergamos para a música e os músicos de Bauru.

4.1.1 – Possibilidades históricas mais favoráveis

O levantamento de informações pelas entrevistas e a revisão bibliográfica que realizamos mostra tendência à individualização do músico independente. cremos que o modo como as carreiras dos músicos de renome internacional e nacional são mostradas a todos nós, especialmente através de biografias escritas e cinematográficas, leva a esse equívoco de percepção da realidade, que já mencionamos, de que um artista se faz individualmente. A ideia romantizada de uma pessoa que venceu sozinha, do *self made man* (ou *self made woman*), cujo talento se impôs a toda uma indústria, é atraente para uma visão individualista de mundo e se encaixa bem nos roteiros audiovisuais da indústria cultural capitalista. Porém, esperamos ter demonstrado que é grande a quantidade de pessoas (anônimas) envolvidas na construção desses casos de sucesso.

Todavia, também é compreensível o investimento do músico em formas de autogestão da carreira, forma praticada por todos os entrevistados, um modelo possível diante das limitações financeiras que a maioria deles enfrenta para sustentar todas as demandas de suas atividades artísticas. Também ficou-nos evidente que o esforço dos músicos está focado no desenvolvimento das suas habilidades performáticas para a consolidação individual de suas carreiras. Em vários níveis, os entrevistados desenvolveram também algum conhecimento relativo à produção audiovisual e nenhum deles demonstrou deter conhecimento técnico suficiente para usar as ferramentas digitais com maestria (o uso das potencialidades das ferramentas digitais ia do básico ao intermediário, sendo que alguns dos compositores sequer demonstravam conhecimento sobre tais ferramentas). Mesmo a construção de um perfil em uma plataforma de interação, como Facebook, por exemplo (onde 100% dos entrevistados está inscrita), pode esconder uma falsa simplicidade: a depender do objetivo do perfil, é possível configurá-lo de forma a atingir mais pessoas de um determinado perfil e localidade, escolher as formas mais eficazes de monetização e a construção de um tipo de pontuação (chamado *pixel* da página) que rastreia e otimiza a distribuição do conteúdo publicado conforme o tempo de criação do perfil (quanto mais antigo melhor), número de seguidores, etc. Além das mudanças constantes do Facebook dificultarem a aquisição dessas informações, normalmente o manual de configuração dos perfis é feito por trabalhadores especializados no trabalho de divulgação e vendas pelas mídias digitais, que é vendido em forma de serviços, vídeos e cursos, sem material gratuito publicado. Lembremos, que a forma mais consolidada no uso dos recursos digitais, com 100% das respostas, apostava na ajuda voluntária de amigos, fãs e conhecidos para o compartilhamento dos conteúdos

produzidos pelos compositores entrevistados. Como estratégia de conscientização do público que aprecia a música local, estimular que os amigos e fãs curtam, comentem e compartilhem as publicações é válido, mas ineficaz financeiramente. Os aplicativos dificultam a viralização gratuita de conteúdos orgânicos porque auferem lucro na divulgação de produtos e serviços. Ou seja, as plataformas estão desenhadas para receber dinheiro em troca do alcance de mais pessoas (estima-se, como já dito, que apenas 2% das conexões pessoais conseguem ver quaisquer publicações que façamos). E, repetimos, não basta pagar para impulsionar a publicação, é necessário configurar o perfil para que as publicações atinjam o público correto.

Em outros termos podemos dizer que o tempo necessário para dominar um instrumento musical, cujo esforço sabemos que exige exercícios diários durante a carreira do instrumentista ou cantor, pode comprometer a aquisição desses outros tipos de conhecimentos necessários para produzir conteúdo audiovisual e garantir a distribuição desses produtos nos meios digitais. Ou seja, a quantidade de horas necessárias para dominar um instrumento pode não ser compatível com a quantidade de horas necessárias para realizar um produto audiovisual e é igualmente incompatível com a dedicação, em horas, para dominar a maneira mais eficiente de disponibilizar esse conteúdo pela internet. Note-se que nem chegamos a mencionar a quantidade de dinheiro envolvida nas produções e divulgações (historicamente menor do que antes, mas muito longe de ser inexistente).

Apesar disso, a produção independente no Brasil nunca esteve tão numerosa e com tanta qualidade (DE MARCHI, 2016, p. 176), fenômeno que também verificamos em Bauru. E a explicação para esse fato pode ser demonstrada historicamente. Resumidamente, em um primeiro momento, a música local parte da quase inexistência de registros gravados para assegurar uma presença importante nos (escassos) meios de comunicação locais. Em um segundo momento, após terem as suas apresentações ao vivo substituídas por discos, a sobrevivência dos músicos locais foi garantida pelos clubes noturnos, até eles também serem substituídos pelos discos, o que significou outro período de poucos registros locais até chegarmos ao momento atual, de barateamento e popularização dos dispositivos digitais de gravação e a possibilidade de utilização de múltiplos canais para difusão de conteúdos. É por isso que os entrevistados pela pesquisa de campo têm a sensação de que seu espaço de divulgação aumentou, a partir da popularização das ferramentas e dos canais digitais da internet.

Como vimos no segundo capítulo, a chegada dos colonizadores de Bauru e região

destruiu os povos Caingangue, considerados pelos invasores, como “bugres violentos”. Colonizar, como Bosi nos lembra (1992, p. 11), palavra ligada etimologicamente à palavra cultura, remete à ocupação, ao trabalho e ao cultivo de um campo. E, para além disso, ao se estabelecerem na cidade, esses colonos passaram a construir sua cultura, enquanto memória coletiva, ao mesmo tempo em que destruíam a cultura e a memória dos povos originais – situação que se agravou a partir da primeira década do século XX, com a instalação das estradas de ferro e seus “bugreiros” (RUBIN, 1995, p. 12). Além dos ataques indígenas aos chamados pioneiros de Bauru, pouca coisa da população original dizimada pelos invasores brancos foi registrada nos documentos oficiais e nos livros de história. A música feita pelos cainganges nesta região, até onde sabemos, não foi notada e preservada.

O que conhecemos sobre a música Caingangue é dos sobreviventes da região sul do Brasil, especialmente os do estado de Santa Catarina¹²⁷ (esses povos se estendiam em territórios desde o centro-oeste paulista até o Rio Grande do Sul). Em uma web página chamada Cantos da Floresta¹²⁸, das pesquisadoras Magda Pucci (musicista, etnomusicóloga e cantora) e Berenice de Almeida (musicista, educadora musical e pianista) temos alguns exemplos de músicas cainganges que chegaram até nossos dias.

Fato marcante na história de Bauru, a vinda da ferrovia trouxe diversos profissionais do Brasil e até do exterior, para trabalhar na cidade. Podemos afirmar, de acordo com os registros históricos disponíveis, que a cidade pouco guardou dos hábitos culturais dos primeiros colonos e passou a cultivar a memória cultural do que viria a ser a elite pioneira bauruense. Como vimos, ao longo do século XX, a música popular bauruense parece estar muito receptiva às influências externas.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação na cidade, os registros começam por destacar alguns instrumentistas, depois os maestros e seus conjuntos, as bandas, orquestras, corais e orfeões e, por fim, os gêneros musicais praticados (valsas, xotes, mazurcas e rancheiras”, óperas, música italiana, portuguesa, espanhola, música caipira instrumental, marchas dobrados, além dos sambas carnavalescos). Mas, antes das possibilidades de gravação no rádio e na televisão, poucas partituras foram preservadas, a despeito das frequentes atividades culturais e eventos ocorridos em Bauru. De modo que, mesmo maestros considerados famosos não tiveram suas composições registradas pelas formas de documentação existentes na Cidade.

¹²⁷ Detalhes em <https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Kaingang> acesso em maio de 2020.

¹²⁸ Disponível em <http://www.cantosdafloresta.com.br/povos/kaingang/> acesso em maio de 2020.

Curiosamente, mesmo as primeiras emissoras de rádio e televisão bauruenses não preservaram as suas documentações históricas. Prova disso é a grande quantidade de livros, documentários e pesquisas acadêmicas que se utilizam de depoimentos para reconstituição dos principais acontecimentos locais. Alguns dos registros históricos das primeiras décadas também não apresentam informações básicas, como as datas do evento, o que impede um levantamento preciso. Como descrevemos no segundo capítulo, com a instalação da primeira rádio, em 1934, os artistas populares da cidade foram requisitados para preencher os horários de exibição, sempre ao vivo (situação que dura, aproximadamente até fins da década de 1960). Isso possibilitou que atores, roteiristas, músicos, compositores e outros artistas locais passassem a ter espaço nos meios (muitos deles atuando sem remuneração). No depoimento que colhemos do maestro e radialista Badê¹²⁹, também para o capítulo 2, ficou evidente que todo o registro de sua longa carreira se deveu a sua própria iniciativa.

Excetuando-se o espaço radiofônico das músicas caipiras, como nos contou em sua entrevista, o escritor e letrista Lázaro Carneiro, que conseguiu preservar as apresentações ao vivo de duplas locais por mais alguns anos (até meados dos anos 1980), consolidou-se nos meios de comunicação bauruenses a dependência quase que total dos discos, afastando os músicos locais das emissoras da cidade. O fato coincidiu com a popularização das redes comerciais de televisão que adotaram uma grade de programação homogeneizante produzida pela matriz de um conjunto de emissoras do mesmo grupo, a chamada cabeça da rede, normalmente instalada em capitais, como São Paulo ou Rio de Janeiro, cujo conteúdo típico da cultura midiática da região sudeste era exibido nacionalmente. As redes tiraram, principalmente do rádio, que sempre foi um veículo de programação local e regional, portanto, mais ligado às comunidades de origem, os registros e a exibição das culturas regionais e também, boa parcela de suas fontes de renda. Ou seja, se consolidou a influência cultural que vem de fora, que esperamos ter demonstrado no segundo capítulo.

Assim, percebemos que depois do intervalo de cerca de 30 anos em que os meios de comunicação foram dependentes dos músicos bauruenses, onde foi possível a convivência entre programas de música gravada e ao vivo, a produção musical da cidade

¹²⁹ Registramos que, além de conhecermos seu grande depósito de partituras, ao voltarmos da casa do maestro, fomos presenteados com todos os seus registros em forma de CD: 11 discos, mas apenas 3 registrados propriamente, com o reconhecimento dos direitos autorais do maestro. Discos feitos para registro pessoal, gravados em estúdios de Bauru, com o maestro fazendo todos os instrumentos.

deixa de ser registrada e, claro, os músicos perdem espaço. Conforme Magnoni e Miranda, especialmente nos anos 1970, durante o tal “milagre econômico” da ditadura civil-militar brasileira, “a adoção da transmissão vertical, em fluxo contínuo dos grandes centros para as ‘periferias’ brasileiras” assegurou “que poucas emissoras de televisão organizadas em rede se tornassem infinitamente mais bem sucedidas em faturamento publicitário, que milhares de emissoras de rádio espalhadas pelo território nacional” (MAGNONI; MIRANDA, 2012, p. 186).

A solução para os artistas independentes que persistiram na carreira, como também relata precisamente o maestro Badê, foi a criação de bandas de baile. No caso de Badê, a iniciativa de montar uma banda foi a busca por um complemento de renda. Após sua saída do rádio, ele ingressou no serviço público, cuja jornada de trabalho seguia o horário comercial, fator que permitia a ele dar aulas de música e tocar em bailes à noite e nos fins de semana. A partir dos anos 1990, a abertura de meios de comunicação pública na cidade pouco significou para os músicos locais. O espaço artístico para os músicos locais dependeram de iniciativas pontuais, como a nossa na Veritas FM (até 2012), um programa aos sábados, na Rádio Câmara Bauru, e eventuais entrevistas na UNESP FM, que miravam os gêneros musicais próximos às grades de programação dessas emissoras, quais sejam, MPB, Samba, Jazz, Música Instrumental, Rock. Isso significa excluir, por exemplo, o Rap, o Funk, o Pop Nacional, o Pop Internacional, a Música Eletrônica e o Sertanejo Universitário (os gêneros musicais considerados mais populares). Essa situação midiática, que ainda predomina em Bauru, justifica as tentativas dos músicos de divulgar as suas produções artísticas em plataformas como YouTube e, novamente, confirma o que expusemos no primeiro capítulo, de que os gêneros musicais produzidos pelos diversos segmentos sociais e culturais jamais couberam, em sua totalidade, nos meios de comunicação¹³⁰.

E aqui vale um parêntese sobre discotecagem ou programação musical radiofônica, porque essa situação se estende até hoje e atinge a divulgação da produção musical local independente. Partimos do que é mais perceptível: sabemos que tanto nos meios analógicos quanto nas plataformas digitais, um gênero mais popular consegue

¹³⁰ Em nossa dissertação de mestrado, ao abordarmos a comunicação popular em um programa de emissora de rádio educativa, já alertávamos sobre a escolha de alguns gêneros musicais não tão populares em detrimento de outros, por serem populares: no caso específico da nossa pesquisa, demonstrávamos que, ao colocarem na grade de programação o gênero sertanejo, optavam-se pela idealização dos sucessos do passado (as modas de viola) como se fossem música de raiz, com quase nenhum lançamento ou música mais atual.

engajamento do público mais fácil do que outro de menor apelo social e midiático; situação semelhante ao apelo que as músicas do passado, também mais conhecidas pelo público, têm. Esse repertório, evidentemente, preenche as grades de programação dos meios de comunicação comerciais. Situação que concentra a divulgação dos poucos artistas de maior evidência, dentre os gêneros musicais mais populares.

Já outros gêneros e movimentos musicais menos populares (como a música erudita) necessitam de estímulos para não desaparecer (LEITE, 2012, p. 11), figurando em ações de preservação por parte do poder público e de organizações sem fins lucrativos (tanto nas emissoras públicas, nos editais públicos, clubes de audições, entidades como SESC, etc.). Contudo, como apontamos em nossa dissertação, essas iniciativas de preservação, ao optarem pelos chamados clássicos de um gênero, normalmente, excluem das suas programações os compositores e obras feitas nos dias atuais, concentrando-se (idealizando-os) na produção do passado. Em diferentes medidas, podemos afirmar que isso ocorre com quase todos os gêneros musicais que se busca preservar e explorar midiaticamente. Assim, caso seja feita uma programação musical de MPB, por exemplo, apela-se à facilidade de recepção do *flashback* – geralmente, o saudosismo gera mais participações de ouvintes do que uma boa novidade musical. Dessa forma, os sucessos passados (e também o chamado lado B) de um ícone de um movimento musical vão ter mais espaço do que o lançamento de um músico estreante. No caso da música erudita (também conhecida por clássica e de concerto), registros que datam de mais de 200 anos, como uma releitura de Mozart, com foco nos períodos barroco, clássico e romântico, terão mais espaço que qualquer compositor erudito contemporâneo; e o mesmo ocorre com o Jazz, com o Rock, etc. Ou seja, nessa lógica, o músico local perde mais espaço do que um músico independente que seja mais conhecido.

Consideramos urgente um debate sobre as técnicas de programação radiofônica, especialmente nas emissoras que ainda não terceirizaram as suas grades para as grandes redes comerciais. Na prática, a maioria dos canais que prevalecem com programações locais e regionais são públicos e comunitários. Convém superar a lógica que persiste de forma sub-reptícia, especialmente nos meios de comunicação públicos (que buscam por uma grade plural, que é uma exigência legal¹³¹), de que os meios de comunicação são escassos, aceitar que fazem parte de um universo enorme de canais de comunicação e que, a bem de justificar o uso de tributos públicos para sua existência e manutenção,

¹³¹ Detalhes da lei em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm acesso em maio de 2020.

reavaliar a importância da participação dos ouvintes e das audiências locais e regionais.

Se os canais voltados à valorização dos gêneros menos populares não pensarem objetivamente nas suas técnicas e estratégias de programação, se os seus produtores e programadores não adotarem táticas de inclusão dos artistas e de observância dos amplos valores e gostos culturais locais e regionais, se se restringirem apenas aos gostos da classe média adulta, acabarão falando para quase ninguém. Além de apostar na construção do hábito de quem ouve, é importante que os meios públicos desenvolvam formas de dar destaque ao que é produzido e lançado em nossos dias, utilizando e participando de conteúdos da internet¹³², em todos os gêneros, do mesmo modo que as emissoras comerciais fazem com os gêneros mais lucrativos. Infelizmente, a academia (uma instituição de ensino e pesquisa povoada majoritariamente pela classe média, com a sua cultura e valores bem apartados das camadas sociais populares) pouco se debruça sobre esse assunto. Defendemos que é importante um aprofundamento sobre as técnicas de programação musical que tragam a experiência dos discotecários que já obtiveram bons resultados, com estratégias plurais de inclusão dos novos valores e atores culturais. Apesar de as técnicas mais eficientes para atração de audiência terem sido desenvolvidas e comprovadas em emissoras comerciais, isso não quer dizer que as emissoras públicas e comunitárias devam adotar as mesmas ferramentas a fim de brigar pela máxima audiência, fator que não é determinante para os seus objetivos sociais e culturais. Contudo, se o público também não perceber a existência dessas emissoras, de que adianta tamanho investimento público? Enfim, defendemos um equilíbrio entre a pluralidade cultural da programação das emissoras públicas e abrangência social; o cumprimento dos dois pontos significa alcançar a verdadeira função desse tipo de radiodifusão.

Ainda consideramos o espaço nas grades de programação de rádio uma excelente forma de fortalecer o nome de artistas locais das diversas vertentes musicais da atualidade. A participação dos compositores e cantores independentes, quando devidamente registrada em emissoras de rádio e de televisão, além de servir como um conteúdo a ser publicado nos perfis digitais do artista, ainda é considerada uma forma de legitimação, reconhecimento e divulgação dos talentos locais perante o público da cidade

¹³² Enquanto escrevemos esta tese, as redes de rádio participam de *lives* com artistas ligados a grandes gravadoras. Como destacou a consultora de rádio Patrícia Fragoso, o YouTube vê o rádio como parceiro, o que não ocorre com a TV. Detalhes em https://tudoradio.com/projetos/redacao/19052020_ebook.pdf?utm_source=ebook%2C%20lives&utm_medium=cpc%2C%20click&utm_campaign=ebook_lives acesso em maio de 2020. Em Bauru, registramos, nenhuma emissora deu destaque a *lives* de artistas locais, mesmo as de caráter solidário (exceto em notas do jornalismo).

e da região para outros canais e outros públicos. A importância do rádio na divulgação também foi considerada importante pelos participantes das entrevistas que realizamos: 55% dos músicos entrevistados afirmaram procurar o rádio, mesma porcentagem dos que afirmaram procurar a TV (além de também utilizarem panfletos), por considerá-los os meios de divulgação mais eficazes perante as suas audiências locais.

Se os músicos de MPB, Rock e Samba ainda têm esse espaço nas emissoras públicas locais, mesmo que elas apresentem baixa audiência quando comparadas com as emissoras comerciais, os músicos de outros gêneros, excluídos das grades de programação das emissoras públicas, não têm a mesma sorte. Normalmente, as emissoras de rádio que exploram comercialmente, por exemplo, o gênero sertanejo, o modelo mais usado e lucrativo¹³³, já terceirizaram suas programações musicais. Isso implica dizer que estas emissoras, junto com as gravadoras e de empresas de verificação de conteúdo publicitário, vão dedicar suas grades de programação aos artistas ligados a gravadoras, excluindo os artistas que não participarem do esquema. Ou seja, um músico de sertanejo universitário, mesmo atuando em um gênero muito popular, não vai poder tocar as suas músicas nessas emissoras que exploram o mesmo gênero, porque é necessário pagar para aparecer (exceto quando há jornalismo e o evento seja de interesse de cobertura local). Todavia, ainda há emissoras que exploram o gênero sertanejo e não venderam as suas grades de programação para redes nacionais, como é o caso de algumas emissoras comunitárias (estas também com audiência limitada devido ao curto alcance de seus transmissores). Conhecer as emissoras que trabalham o mesmo gênero musical que o artista local e as formas de participar da programação (seja oferecendo fonogramas para o setor artístico, seja avisando sobre os shows e apresentações para jornalismo), portanto, é fundamental para os músicos.

Já as retransmissoras de TVs nacionais presentes na cidade também cobrem os eventos culturais locais jornalisticamente (por obrigação legal, diga-se, fixado em 5% do total da grade¹³⁴). Logo, eventos de grande alcance e beneficentes podem atrair os profissionais que fazem a cobertura dos eventos locais. O que não significa que essas emissoras não possam estabelecer formas de comercializar seus espaços (jornalísticos e

¹³³ Segundo pesquisa Crowley e Ibope de fevereiro de 2020, 29% das emissoras optam por essa grade, disponível em <https://www.folhape.com.br/diversao/diversao/musica/2020/02/06/NWS,129961,71,581,DIVERSAO,2330-SERTANEJO-QUASE-TERCO-AUDIENCIA-RADIO-BRASIL.aspx> acesso em maio de 2020.

¹³⁴ Decreto sobre os regulamentos dos meios de comunicação, disponível em <https://www.anatel.gov.br/legislacao/decretos/130-decreto-52795> acesso em maio de 2020.

de entretenimento) para quem possa pagar.

Ressaltamos que não temos intenção de ignorar ou de naturalizar o amplo exercício do jabaculê ou caitituagem nas programações de rádio e televisão no Brasil. Nas análises teóricas e mercadológicas da tese, a constatação da prática predominante de pagar para tocar músicas ou inserir notícias de interesse econômico, político e religioso em qualquer meio de comunicação (analógico ou digital), o assunto é apenas tratado de forma pragmática, porque é assim que a antiga prática não reconhecida e regulamentada, é encarada cotidianamente pelos departamentos comerciais das emissoras pelas quais passamos, e com outras que temos contato em Bauru e região.

Ademais, percebemos que os profissionais da música e de outras áreas, apesar deles tecerem justas críticas sobre a falta de ética das emissoras pela prática regular do jabá, poucos têm real noção do nível de penetração e controle dessa manipulação nefasta das programações musicais, que assegura artificialmente a audiência para os artistas lançados e divulgados pelas grandes gravadoras das antigas e poderosas “indústrias culturais”. A pesquisadora Katia Suman (2006, p. 82) tem um trabalho interessante sobre o desenvolvimento histórico da chamada verba de divulgação, eufemismo, criado para se referir ao jabá. A prática antiética, regularizada através de contratos de divulgação, mantém uma ligação umbilical entre as gravadoras, o cinema, e as emissoras de rádio e televisão, desde do início desses meios de comunicação de massa durante o século passado. A partir da digitalização das tecnologias de produção e do desenvolvimento da internet, o jabá passou também a ser utilizado pelas mídias digitais, que sofisticaram tais práticas de manipulação e controle de audiência com o uso de algoritmos e sistemas de rastreamento de mensagens.

Por fim, outro espaço importante que os dados das entrevistas apontam, é o criado pela Secretaria Municipal de Cultura. Podemos afirmar que muitos artistas de Bauru que vivem da música (dando aula, acompanhando outros músicos em shows ou eventos privados, etc.) também participam de ações do poder público, especialmente o municipal, além de manterem seus trabalhos autorais na internet. Os eventos são pontuais e não servem como meio de subsistência, nem são acessíveis a todos os artistas (aqui, a lógica da preservação de alguns gêneros musicais menos populares e a contratação de artistas mais populares vindos de fora – a peso de ouro –, também acomete os artistas locais, como descrevemos acima e, com mais detalhes, no terceiro capítulo). Os artistas manifestaram que estas ações podem ser melhoradas e, os que conseguiram participar de algum evento organizado pelo poder público, consideram-nos como mais um evento para

a carreira, mais um cachê dentre vários necessários para a sobrevivência. Registre-se que essa situação de incerteza força alguns músicos a se tornarem caçadores de *couvert* artístico, os chamados cata-cachês, o que leva outros artistas da cidade a criticarem esses colegas, acusando-os de cobrar abaixo da média (ou nem cobrar), de atuarem em várias bandas e não demonstrarem interesse em desenvolver um ambiente local de negócios estável e devidamente valorizado, que assegure renda significativa para quem decidiu viver profissionalmente de sua arte musical. Percebemos que se critica individualmente a concorrência desleal criada pela realidade desorganizada da categoria de artistas, mas não são registradas tentativas coletivas para alterar e melhorar a realidade atual, tão adversa para quem depende da renda artística para sobreviver.

De fato, vários músicos da cidade são empreendedores: alguns montam bandas, como o maestro Badê, que passou a vida formando bandas de diversos estilos, outros se especializaram na participação de eventos remunerados, como casamentos e festas particulares; há os que abrem escolas de música, enquanto outros buscam tratar a carreira rigidamente, como se fosse uma empresa que planeja as suas ações nos mínimos detalhes. E também há os que, assim como o maestro que entrevistamos, têm outras fontes de renda (passaram em concursos públicos, têm carreira em outras áreas, etc.) e os que vivem de show em show (alguns altamente especializados em um instrumento, renomados enquanto solistas).

Sem nos aprofundarmos nas peculiaridades de cada profissional, miramos os compositores por percebermos que são os mais interessados em desenvolver habilidades e em buscar conhecimentos para se estabelecerem como artistas-solo, duplas ou como bandas de produção diferenciada e estilos próprios. Pela qualidade artística que verificamos, todos têm potencial para serem artistas de alcance nacional. De forma geral, a atuação local e regional (e também nacional e internacional, no caso de alguns dos entrevistados) em todas essas formas e outras (músicas para propaganda, para vídeos, discos e jogos, projetos especiais em igrejas, escolas, bandas, eventos, auxílio técnico na montagem e operação de equipamentos de som, etc.) sustenta os músicos independentes de Bauru e gera conteúdos para os seus perfis nas mídias digitais. O dinheiro de direitos autorais por terem músicas tocadas em rádios (analógicas e digitais) e o oriundo da venda de discos é ínfimo, para não dizer inexistente. Assim, as apresentações ao vivo e o conteúdo (videoclipes ou meros registros de composições e shows) presentes na internet acabam se tornando um chamariz para novos contratos.

Antes da existência das redes não havia recursos que assegurassem aos músicos

alguma visibilidade e formas de divulgação fora de atuação ao vivo em bares e casas de shows. Igualmente raros eram os espaços concedidos pelos veículos locais de comunicação, para iniciantes ou anônimos, mesmo que eles se apresentassem em grupo. A informatização das tecnologias propiciou, primeiramente, o barateamento de equipamentos munidos de ferramentas digitais para realização de gravações e edições de áudio e vídeo, recursos que a partir de meados da década de 1990 foram multiplicados pela internet com suas plataformas e aplicativos para a produção e difusão de mensagens escritas, sonoras e audiovisuais.

Para os artistas profissionais que hoje atuam em Bauru, ou em qualquer localidade brasileira, há um cenário muito melhor do que aquele que havia nos tempos das tecnologias e meios analógicos, tanto para a divulgação da produção, quanto para a publicização da imagem pública dos artistas independentes. Por isso é importante que compositores e intérpretes saibam definir as suas estratégias e os seus eixos profissionais, da forma que propusemos na tese, de forma otimizada e não atomizada.

Os artistas autônomos, ao desenvolverem conteúdos para divulgação profissional, devem, claro, priorizar o refinamento de suas performances (individualíssimas), um cuidado que continua sendo o diferencial fundamental para quem aspira projeção artística além dos limites de seu município ou de sua região. Mas o investimento de tempo e criatividade na produção de peças audiovisuais para divulgação pública pelos diversos canais e redes da internet é outro fator de diferenciação para um artista que busca cativar o seu público e que também aspira encontrar interessados em novos talentos artísticos. Exibir criatividade em uma peça de divulgação bem acabada é essencial para um artista que pretenda estar conectado nas plataformas mais populares, em uma época em que as pessoas consomem cada vez conteúdos audiovisuais em seus dispositivos portáteis, e também utilizam as mensagens audiovisuais durante as suas trocas de informações profissionais e interpessoais.

O uso de recursos e efeitos refinados em peças de comunicação pública de um artista reforça e valoriza a sua imagem perante o público que o conhece, e também atrai a atenção daqueles que visualizam as suas produções pela primeira vez. Portanto, é preciso muito esmero na pré-produção, na produção e pós-produção para rádio, televisão e para os eventuais espetáculos. Hoje há disponibilidade de muitas ferramentas e recursos digitais, que servem desde a criação de perfis e o desenvolvimento de técnicas de engajamento de público, sejam elas orgânicas (engajamentos não pagos), ou de audiência impulsionada pela contratação dos serviços de divulgação das plataformas e redes sociais.

Produção audiovisual e de espetáculos (e apresentações musicais que não sejam voz e violão) são, por definição, atividades e ofícios grupais, cujas apresentações compartilhadas podem reduzir custos e aumentar a sua eficácia artística, se elas forem planejadas coletivamente. Paralelamente à atividade individual, a ação coletiva de músicos de todos os gêneros também pode ajudar no desenho de políticas públicas mais eficientes. Se forem organizados por gêneros, os artistas poderão estabelecer formas de divulgação nos meios analógicos locais e nos portais digitais mais especializados.

Afinal, qualquer produção audiovisual mais complexa que uma performance improvisada em frente à uma câmera, precisa de um planejamento criativo que já descrevemos no primeiro capítulo, com funções especializadas que deverão ser desempenhados por profissionais responsáveis pelo relacionamento do evento com o público externo (contratantes, mídia, fornecedores, audiência), por planejadores e técnicos diversos (luzes, câmeras, direção, som, etc.) presentes da concepção à finalização. Do mesmo modo, profissionais ligados ao *marketing* digital podem corrigir erros triviais que acabam por desperdiçar tempo e dinheiro de quem busca nos meios digitais, formas eficientes de divulgação.

Mesmo que essas ações de fortalecimento da música local e das carreiras de cada artista não chamem a atenção de selos e gravadoras renomadas, cremos que elas podem melhorar o ambiente de atuação dos músicos de Bauru e, conseqüentemente, viabilizar para eles melhores condições de trabalho e renda. Relembramos que a pesquisa demonstrou que os músicos entrevistados não acreditam na possibilidade de união estratégica da categoria. Assim, eles trabalham individualmente as suas carreiras utilizando as ferramentas de menor custo, exatamente porque não dispõem de reservas para investir em formas mais profissionalizadas de divulgação. Também percebemos que o somatório das entrevistas demonstra que falta à maioria dos músicos uma especialização concreta no conjunto de recursos e ferramentas que poderiam lhes ajudar a alterar a realidade de cada veterano que atua no mercado de música da cidade e a dos futuros músicos de Bauru e região, que vão enveredando na profissão sempre esperançosos de ter a sorte de serem reconhecidos por algum representante das grandes gravadoras. Neste cenário de comunicação midiática e interpessoal altamente conectado fica evidente que a maioria dos artistas locais independentes, ao continuarem isolados e atomizados, seguirá nas mesmas condições arriscadas em que foram inseridos os trabalhadores criativos, desde o início do século passado.

Desde àquela época, às indústrias culturais capitalistas passaram a configurar e

reconfigurar sistemas produtivos não-materiais dependentes de tecnologias recentes e de equipamentos cada vez mais complexos e a intensificar a produção de mercadorias simbólicas, cuja inserção social e mercadológica era altamente dependente de sistemas abrangentes de divulgação massiva e da disponibilidade de mercados nacionais e internacionais cada vez mais expansivos. Durante o século XX, os sistemas de produção cultural, seja literária, musical, audiovisual e publicitária passaram a ser incorporadas à um universo artístico “profissionalizado”, que demandava altos investimentos para a sua configuração e que passou a ser a grande fonte econômica de todas as formas de produção e de consumo simbólico, demandas que passaram a caracterizar as sociedades urbano-industriais contemporâneas. Conscientizar-se sobre isso é importante para superar o que Antônio Francisco Magnoni afirma serem as meras melhorias técnicas proporcionadas pelas tecnologias digitais (CARVALHO; MAGNONI, 2010, p. 118), que têm estado a serviço de um grupo muito limitado de empresas e, como vimos, também têm retirado direitos (autorais, trabalhistas).

4.1.2 – Possibilidades que vêm do público

Além de defendermos historicamente o atual período, como o de melhor possibilidade para o desenvolvimento de um cenário de música independente e local, observados todos os cuidados que expusemos acima, também percebemos graças ao questionário que fizemos e aplicamos entre o público, que há manifestação pela maioria das pessoas, de querer conhecer os músicos da cidade de Bauru. O mesmo questionário, porém, mostrou que apenas metade dos participantes afirmou conhecer a produção local, ou seja, há espaço considerável para o crescimento da atividade artística na cidade. Um detalhe que deve ser considerado é que mais da metade das pessoas que responderam o questionário tem entre 35 e 60 anos. Apesar da especificação de público ter sido bastante ampla (pessoas acima dos 18 anos moradores de Bauru e região que gostem dos gêneros musicais que tratamos aqui), pelo perfil universitário de Bauru, poderia haver uma participação maior de universitários entre os entrevistados, parcela considerável do público de festas e shows na cidade (cerca de 10% desse público entre 20 e 25 anos respondeu a pesquisa e, aproximadamente 9% dos respondentes afirmou ter entre 26 e 30 anos). Pela nossa experiência profissional, é uma mostra do quanto o cenário musical é importante para todos os públicos da cidade.

Partindo da ideia de que o bauruense está aberto à música independente, mas que cada pessoa tem gostos pessoais definidos e que cada ouvinte tem uma forma de audição

particular – emissora de rádio (tradicional ou social) ou canais do YouTube, dedica-se a ouvir um ou mais gêneros musicais específicos, etc. – o segundo passo que reforçamos, é o estabelecimento de estratégias para fazer chegar a música local aos apreciadores de música, ou seja, o fato das pessoas quererem ouvir, não significa necessariamente que esse conteúdo vai chegar a elas naturalmente. Logo, é necessário um planejamento de ações para que isso aconteça, com foco nos meios que o questionário demonstrou que a maioria do público ouve música: YouTube, pelo rádio analógico e pelas rádios sociais.

Assim, sabendo que mais de 80% dos respondentes ouve música pelo YouTube, deve ser permanente o trabalho dos músicos para a manutenção e atualização dos conteúdos pessoais, além de terem preocupação em aumentar a participação em canais de influenciadores presentes na plataforma de vídeos do Google. O mesmo cuidado deve ser dedicado ao rádio, que ainda é usado por 62% do público, apesar das poucas emissoras locais que restam com programações musicais próprias (como dissemos acima, em Bauru, a maioria das comerciais já monetizou o serviço de discotecagem para empresas como a Crowley¹³⁵). Grande parte das emissoras locais que mantêm programação autônoma são públicas e comunitárias – apesar da pouca audiência atual¹³⁶, essas rádios costumam abrir mais espaço aos artistas autônomos, já que aceitam fonogramas dos cantores da cidade. E, claro, é preciso ter uma atuação regular nas rádios sociais, fornecendo fonogramas, fazendo playlists de artistas com produção análoga, etc.

Aqui levanta-se uma questão que não pode ser ignorada, que é o pagamento de direitos autorais. A maioria dos canais, sejam analógicos ou digitais, são cobrados pelo ECAD, que é o órgão responsável pelo recolhimento dos direitos dos compositores e artistas – dizemos a maioria porque há canais, especialmente os criados mais recentemente ou os que não têm relevância na internet, que o ECAD ainda não identificou para efetuar cobrança dos direitos. O órgão de recolhimento de direitos autorais cobra todo tipo de uso de obras musicais. Há formas de cobrança em que a emissora registra e efetua o pagamento de todo fonograma tocado (exceto no jornalismo). E por anos, existiu formas de recolhimento generalistas e baratas, em que o canal pagava pelas produções mais tocadas de acordo com uma lista do próprio ECAD, ou seja, a emissora não pagava pelo o que realmente tocou, pagava pelo o que a maioria das emissoras do país estava

¹³⁵ A Globo Participações parece querer participar desse tipo de serviço também, como é possível ver em http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=9931 acesso maio de 2020.

¹³⁶ Dados sobre a pouca audiência da mais antiga emissora pública de Bauru estão presentes em diversas pesquisas orientadas pela prof. Célia Retz, da UNESP, cujo foco central é a pesquisa de opinião. Quanto às comunitárias, ainda não estão consolidadas, sendo confundidas com emissoras não-oficiais ou piratas.

tocando.

Apesar da digitalização, ainda não há muita clareza sobre as formas de distribuição do que foi arrecadado pelo ECAD. Podemos afirmar que os canais são efetivamente cobrados e há relatos de músicos que não recebem os valores referentes à veiculação de suas obras. De todo modo, registramos que o valor do pagamento mensal ao ECAD por parte dos canais (e dos estabelecimentos com música ao vivo também) pode inviabilizar a operação de uma rádio pequena ou de uma web-rádio; e que, ao mesmo tempo, o valor recebido pelos músicos é ínfimo (muitos menores que 1 centavo, na casa dos décimos de milésimos de Real¹³⁷). Logo, defendemos que cada músico pese o que significa profissionalmente estar presente na programação de um canal reconhecido pelo ECAD, enquanto esse tema complexo não seja resolvido.

Maneiras dos artistas se apresentarem em outros meios de comunicação também devem ser repensadas. No caso de apresentações em emissoras de TV (opção de 20% do público que respondeu ao questionário), em Bauru, afora os canais locais, temos retransmissoras de grandes redes nacionais, e o espaço aos músicos fica limitado à cobertura jornalística, uma vez que a produção de programas de entretenimento tem um custo mais elevado e fica restrito às matrizes. Com menor peso ainda, 17,5%, ficaram as plataformas digitais Facebook e Instagram, empatadas com o hábito de ouvir música em formato MP3 pelo celular. Apesar de percebermos empiricamente um aumento na divulgação de músicas por essas plataformas, notadamente as *lives* durante a pandemia, registramos que esses tipos de gravação quando feitas diretamente nesses canais digitais, têm preferência na distribuição aos usuários, ou amigos virtuais, dos músicos. Dessa forma, uma apresentação armazenada em uma plataforma de vídeo qualquer (Vimeo, YouTube, etc.) e compartilhada pelo Facebook, por exemplo, vai atingir menos pessoas do que um vídeo gerado pelo próprio Facebook. Mais uma mostra do quanto o uso dessas aplicações gratuitas pode ser complexo e, portanto, exige aprofundamento e conhecimento mais especializado para haver um melhor aproveitamento das ferramentas de produção e edição de conteúdos e dos canais de difusão.

Ao saber que o YouTube, em conjunto com as emissoras de rádio tradicionais e as rádios sociais também são os canais mais citados pelo público quando perguntamos as

¹³⁷ Em uma publicação de 2019, o valor pago pelo Spotify estaria em US \$ 0,00397. Detalhes em <https://www.remessaoonline.com.br/blog/play-no-spotify/#:~:text=Quanto%20o%20Spotify%20paga%20para,aproximadamente%20US%24%203%2C97>. Acesso em maio de 2020.

melhores maneiras de se conhecer uma música nova, seguidos das sugestões feitas por amigos (42%) e do que é apresentado em shows ao vivo em eventos públicos e particulares (29%), é preciso reforçar a necessidade de unificar as estratégias que enfocam tanto o reforço da presença dos artistas nas mídias, quanto as suas performances de releituras musicais e de lançamentos próprios. As ações unificadas e constantemente atualizadas poderão servir para ultrapassar o ruído comunicativo e a dispersão da atenção do público causada pela imensa quantidade de informações a que todo usuário de redes e plataformas digitais está sujeito.

Lembremos, ainda, que as emissoras de rádio locais têm um alcance médio de 100 quilômetros de raio a partir da fonte geradora (exceto as comunitárias, cujo raio não deve ultrapassar 1 quilômetro, segundo a lei). Do mesmo modo, publicações pagas em plataformas digitais acabam atingindo de forma mais barata, não somente a cidade do público-alvo escolhido, mas as cidades do entorno de Bauru. Confluências que podem ser usadas a favor dos artistas. De acordo com as respostas das entrevistas e do questionário, os artistas já atuam na região de Bauru e o público que respondeu nossa pesquisa também não está somente concentrado em Bauru, mas também na região.

Como a maioria dos participantes do questionário afirmou que a música local é importante para a cultura e identidade de Bauru de maneira geral, e que deve ser apoiada pela sociedade, podemos concluir que a divisão de responsabilidades entre o poder público, os órgãos e empresas privados, os próprios músicos e o apreciador de música são fundamentais para alterar a situação dos profissionais da música de Bauru. Historicamente, o apoio mais constante aos artistas independentes vem do poder público (com ações que marcaram época, como o relembrado caminhão palco, que é sempre citado em trabalhos acadêmicos, pelos nossos entrevistados e pelo público), a participação dos músicos nos espaços de discussão e proposição dos rumos da cultura na cidade é fundamental (e pouco frequentada pelos músicos que ouvimos nas entrevistas com os compositores).

Do mesmo modo, a ação conjunta dos músicos locais, somada à tomada de consciência sobre o funcionamento dos meios de comunicação locais e digitais, pode resultar em um maior engajamento coletivo, ou seja, fazer com que o público participe mais dos eventos relacionados à música independente e consuma mais conteúdos locais, além de melhorar a percepção de eventuais patrocinadores e de contratantes de artistas da cidade. Podemos supor que existe um cenário econômico favorável para a música local, que pode ser impulsionado por ações concretas e corretas porque existe

predisposição do público para isso; vai depender bastante da disposição dos artistas em oferecer conteúdos de qualidades em canais utilizados habitualmente pelos usuários apreciadores de determinado estilo musical.

As previsões para todos os setores musicais são boas, especialmente, a partir de 2021¹³⁸. Mas duvidamos que a precarização dos profissionais da música, e das artes em geral, vá ser alterada para dar mais segurança para as diversas categorias de trabalhadores culturais ou outro tipo de vantagem aos produtores de conteúdo independentes. Após conhecermos os meios utilizados pelos músicos e pelo público, mostrarmos como os músicos utilizam esses meios para gerir as suas carreiras e, também elencarmos as possibilidades aparentemente não exploradas pela maioria deles. Assim, cremos que as interpretações, adições, correções, enfim, as apropriações e os usos que os profissionais da música farão com os seus talentos, produções e performances, devem ser construídos coletivamente. Como já dissemos, acreditamos no talento dos compositores e músicos da cidade e sabemos que o público pode ser ampliado, mas as soluções devem partir também, da consciência e da organização da comunidade de artistas independentes de Bauru (e até do público) e não desta pesquisa, apesar de termos apontado alguns caminhos e medidas possíveis.

4.2 – Considerações finais

Ao iniciarmos esta tese, nosso pressuposto inicial para a pesquisa da tese era verificar as novas possibilidades que os cantores, compositores e instrumentistas locais tinham para produzir os seus repertórios e também para desenvolver formas diretas de divulgação para os seus públicos, das produções ou de suas apresentações artísticas ao vivo, além de o grau de dependência da visibilidade propiciada pelas emissoras locais e regionais de rádio e televisão, meios digitais e impressos.

Empiricamente, tínhamos que as facilidades de produção e de veiculação digital das músicas feitas em Bauru pudessem levar os artistas a não encontrarem formas acessíveis e mais adequadas de monetização para os seus conteúdos musicais autorais, o que se confirmou para parte dos entrevistados. Confessamos que as teorias que

¹³⁸ Previsão do banco estadunidense Goldman Sachs, em matéria de maio de 2020, disponível em <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/leo-dias/2020/05/23/industria-da-musica-quase-dobrara-de-tamanho-em-10-anos-preve-banco.htm?fbclid=IwAR34cB1pRvy8vF8snnEDY7Ifxd4BEAWMuWHHSDVM2UDfZ19Ov4SMQnZ5t vk> acesso em junho de 2020.

naturalizam a transformação do conteúdo criativo de natureza simbólica (não somente musical, mas educativo, audiovisual, etc.) em simples *commodity*, como o faz Pierre Lévy (1999), ou os que proclamam que a música será ubíqua e gratuita, como Leonhard Gerd e David Kusek (2005), deixam-nos desconfortáveis. Isso porque a precarização do trabalho dos profissionais responsáveis pelo árduo e constante trabalho de produção artística ou educativa desses bens (música, vídeos, aulas, etc.) não nos parece uma estratégia sustentável e, tampouco social-economicamente justa e ética.

A maioria dos compositores e intérpretes participantes já compreendeu que as facilidades advindas das ferramentas digitais (da gravação à distribuição) diluem-se no enorme mercado concorrente (com muitos compositores, bandas, etc. querendo se fazer notar pelo público potencialmente pagador) e tornam-se insignificantes diante dos gigantescos investimentos feitos pela indústria fonográfica e pelas mídias comerciais, para divulgar os seus artistas prioritários nos sistemas do *mainstream*.

Notamos também durante as reflexões teóricas, nas entrevistas com os artistas e nas observações das novas formas de relações entre os artistas e seus públicos, um movimento muito interessante protagonizado pelos usuários de mídias digitais (em busca de uma verdadeira miríade de gêneros, produzidos atualmente ou no passado, nacional ou internacionalmente), que continua ouvinte e telespectador das mídias radiodifundidas. Na atualidade midiática são combinadas curadoria analógico-digital (visto que os produtores de conteúdo das mídias hertzianas também estão na internet), modulação (já que os algoritmos passam a influenciar o usuário) e difusão digital de criações e de produtos musicais por meio dos algoritmos.

Constatamos o que diz Santos, “tanto o rádio hertziano quanto as novas propostas de difusão musical encontradas no *streaming* possuem em si a similaridade de se identificarem não só como meio de difusão, mas também como meios construtores de gosto musical” (SANTOS, 2017, p. 3). Detalhamos: o rádio em Bauru, como a pesquisa que realizamos demonstra – e como outros autores também demonstraram em suas pesquisas, caso de Gambaro (2016, p. 6) –, continua sendo o responsável pela divulgação musical, dividindo a função com o Youtube. Ou seja, a mediação do rádio, dependente da curadoria dos radialistas, ainda importa. Paralelamente, o apreciador de música inicia sua busca por novas músicas em mídias digitais, tais como o YouTube, para cair basicamente, em duas situações: a audição atenta, que faz o usuário controlar o que vem na sequência da sua primeira busca, iniciando nova busca ou construindo ou acionando uma *playlist*; ou uma audição mais desatenta, que usa o som como fundo musical

enquanto desempenha outras funções, o que faz com que o ouvinte fique exposto às execuções automáticas do algoritmo dessas mesmas mídias.

Sobre o poder dos algoritmos, Fernanda Bruno (2006; 2008) desenvolve um trabalho útil de desvelamento dos mecanismos de vigilância digital criados e utilizados por um poder multinacional de imposição de padrões de consumo cultural e, sobretudo, de rastreamento dos hábitos gerais de consumo material e simbólico das populações de todos os territórios que utilizam os seus recursos informáticos. Esse poder, personificado pelo GAFA, Google, Apple, Facebook e Amazon como já explicamos, age como uma entidade global para alterar legislações que a impeçam de atuar com liberdade quase irrestrita. A pesquisadora detalha a popularização e o barateamento de ferramentas para o monitoramento, a classificação e o controle sistemáticos dos indivíduos no ciberespaço (para além da publicidade e do conceito de massa, nas Ciências da Comunicação).

Sérgio Amadeu da Silveira (2016; 2019) também destaca a ação de *marketing* (comercial e político) que esses algoritmos exercem sobre o usuário, modulando as suas opções e, conseqüentemente, suas escolhas. Ele detalha o método de controle social:

Os sistemas algorítmicos filtram e classificam as palavras-chave das mensagens, detectam sentimentos, buscam afetar decisivamente os perfis e, por isso, organizam a visualização nos seus espaços para que seus usuários se sintam bem, confortáveis e acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirir um produto ou um serviço. A modulação opera pelo encurtamento do mundo e pela oferta, em geral, de mais de um caminho, exceto se ela serve aos interesses de uma agência de publicidade, instituição ou uma corporação compradora. Assim, ficamos quase sempre em bolhas – que prefiro chamar de amostras –, filtradas e organizadas conforme os compradores, ou melhor, anunciantes. (SILVEIRA, 2019, p. 21).

As perguntas que dirigimos aos compositores sobre as possibilidades de união de força tiveram o intuito de conhecer até que ponto os músicos percebiam de alguma maneira, as vantagens da concentração de mensagens para a criação de um ambiente em rede que possa criar localmente, algo semelhante ao que é descrito por Sérgio Silveira, ou seja, o conceito modulação. Pelas respostas, nem todos percebem a vantagem, ou não acreditam na possibilidade de construir uma comunidade (de músicos de Bauru, de músicos de determinados gêneros, etc.). Seria, em nossa opinião, a forma mais adequada de fazer os algoritmos trabalharem para divulgar a comunidade local de músicos.

Afinal, nos dias atuais é possível organizar uma rede que possa usufruir das redes que já existem, por exemplo, das comunidades tanto físicas quanto virtuais, de ouvintes de uma emissora. Não há como ignorar que as rádios analógicas foram os primeiros meios de comunicação a usufruir, desde o início, de redes de interação direta com seus públicos

ouvintes, cujos contatos, além da audição, também podiam ser feitos por telefone e por correspondência. O rádio também foi a partir dos anos 1950, o primeiro veículo a desfrutar a dos benefícios da portabilidade da audição (recurso que permitiu que o veículo pioneiro da radiodifusão sobrevivesse à escalada da televisão) e a se beneficiar da atualização e da convergência tecnológica, recursos que permitiram ampliar constantemente a sua cobertura populacional e incrementar as suas ações comerciais em todas as localidades. Hoje, diante das respostas que obtivemos, sabemos que alguns canais digitais chegam a ter até mais audiência qualificada do que o rádio e a televisão. E que essa rede de ouvintes e espectadores pode ser reforçada mediante a interação. A maioria das formas de comunicação midiática e interpessoal utilizam das redes virtuais e interativas: os leitores de um portal, os espectadores de um canal de vídeo, os consumidores de um canal de músicas, etc. As pessoas se organizam em redes movidas pelos gostos e interesses comuns. As trocas de contatos e de informações de uma determinada rede acabar por fortalecer e influenciar transversalmente outras redes virtuais.

Diferente da atuação dos meios de comunicação de massa que, de acordo com as teorias funcionalistas construiriam discursos para manipular seus públicos-alvo, as plataformas de interação não produzem discursos. Quem os produzem são os próprios usuários, de forma descentralizada. Assim, basta encontrar ou produzir a imagem, o vídeo ou texto e direcioná-lo à comunidade em rede que se queira interagir ou influenciar. Silveira explica:

Para modular é necessário reduzir o campo de visão dos indivíduos ou segmentos que serão modulados. É preciso oferecer algumas alternativas para se ver. A modulação encurta a realidade e a multiplicidade de discursos e serve assim ao marketing. Os sistemas algorítmicos filtram e classificam as palavras-chave das mensagens, detectam sentimentos, buscam afetar decisivamente os perfis e, por isso, organizam a visualização nos seus espaços para que seus usuários se sintam bem, confortáveis e acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirir um produto ou um serviço. A modulação opera pelo encurtamento do mundo e pela oferta, em geral, de mais de um caminho, exceto se ela serve aos interesses de uma agência de publicidade, instituição ou uma corporação compradora. Assim, ficamos quase sempre em bolhas – que prefiro chamar de amostras –, filtradas e organizadas conforme os compradores, ou melhor, anunciantes. (SILVEIRA, 2019, p. 21).

Todavia, lembramos que os conteúdos digitais produzidos e difundidos já pautam boa parte do que é produzido midiaticamente pelos meios de comunicação analógicos. Trabalhando em conjunto e de forma coordenada, cremos que os músicos, especialmente de um gênero musical, ou de gêneros mais próximos, conseguiriam atingir um público maior dentro da cidade. E essas comunidades em rede poderão desenvolver uma força

para criar um movimento não somente na internet, mas também fora dela. Uma ação coordenada poderia dirigir os conteúdos produzidos individualmente a um público interessado nesse conteúdo, mesmo espalhado em outras comunidades.

Como nos lembra Silveira, “O *microtargeting* é muito mais eficiente do que as técnicas massivas de propaganda.” (2019, p. 19). O esforço conjunto dos músicos, após atingido um público, também usuário e produtor de conteúdo, poderia fazer os algoritmos trabalharem em direção a um objetivo comum. Não estamos subestimando o poder modulador das redes internacionais e nacionais sustentadas pelas grandes gravadoras e emissoras. Afinal, o controle (e os lucros) deve continuar sendo exercido pelas forças hegemônicas. Apenas ressaltamos que a construção de um espaço midiático de música bauruense, com vídeos, canais, dicas de *shows*, *playlists* com músicas sugeridas, além da fundamental interação dos músicos com os profissionais de mídia locais e suas audiências poderia criar uma força massiva paralela nesta região do Estado de São Paulo. Por isso não excluimos as mídias analógicas nem o poder público desse esforço de união de músicos.

Nesse sentido, noutra questão das entrevistas realizadas, é que quisemos saber o nível de conhecimento dos músicos locais sobre as ferramentas digitais. A maioria utiliza o básico delas, acreditando que o mero impulsionamento, ou seja, o pagamento para ser visto nas plataformas (quando há dinheiro), seria o suficiente para divulgar e fortalecer as suas carreiras, o que, sabemos, não é um recurso nem tão abrangente. Este é mais um conhecimento estratégico a ser desenvolvido pelos profissionais da música: não basta usar, mas é necessário se apropriar das ferramentas (PROULX et al, 2016, p. 49). Mas, entendemos que também não é suficiente a apropriação das ferramentas no nível dos usuários-receptores.

Note-se que nem chegamos a mencionar algum tipo de ciberativismo, nos moldes propostos no livro “A Internet e a Rua”, de Fábio Malini e Henrique Antoun, de 2013. Mas, em primeiro lugar, advogamos pela apropriação adequada dos meios de comunicação disponíveis, pois percebemos que os compositores que usam melhor os meios de comunicação disponíveis têm melhores condições de exercer o seu trabalho artístico, que hoje também depende cada vez mais dos recursos de informática. A exigência para que os músicos tenham domínio técnico avançado não despontou agora; a entrevista com o veterano maestro Badê mostrou-nos que ferramentas digitais só ampliaram as dependências dos recursos tecnológicos. Em um segundo momento, o debate sempre recai sobre a validade, ou não, dos artistas continuarem agindo de forma

isolada, em um momento em que a união de forças, recursos e talentos pode fazer a diferença (diferente do que ocorreria em épocas anteriores).

Percebemos, de modo intuitivo, que diversos produtores de conteúdo presentes no YouTube já buscam sobrepor as suas redes. Assim, por exemplo, um produtor com um determinado número de seguidores convida a participação de outro produtor para uma parceira que faça os seus públicos crescerem mutuamente. Nesse tipo de mídia, a partir de um determinado número de inscritos em um canal e o número de visualizações permite a monetização do conteúdo exibido, notadamente, com a inserção de publicidade em alguns pontos do vídeo¹³⁹. Alguns artistas de Bauru também fazem isso, não somente com seus colegas da cidade, mas com nomes de maior prestígio nas redes, algo semelhante às participações de músicos em LPs, CDs e DVDs desde há muito tempo. Dois casos ocorridos em maio de 2020 exemplificam como os músicos de Bauru já compreenderam a importância de aumentar o tráfego de seus canais pessoais: no começo do mês, houve de forma coordenada a publicação, nos perfis de muitos músicos autônomos da cidade, de um estímulo para que seus seguidores e colegas se inscrevessem nos canais de YouTube de cada um. Essa ação recíproca visava que cada canal chegasse a mil inscritos, número em que o portal de vídeos do Google passa a monetizar as apresentações artísticas – alguns canais não passaram de dezenas de inscritos, enquanto outros atingiram mais de um milhão, sendo que estes últimos são de artistas com uma ação profissional que vai além de Bauru e têm produção de conteúdo frequente (dentre outras, imposição do algoritmo do YouTube para que o canal ganhe importância e público). Outro caso foi a tentativa de pressionar o prefeito municipal a aprovar um projeto de lei que fornecia auxílio aos artistas locais atingidos pela pandemia¹⁴⁰, que foi considerado inconstitucional (antes da aprovação, pelo Senado, da chamada Lei Aldir Blanc em nível nacional¹⁴¹).

Ou seja, para além do que apuramos nas entrevistas (e do debate entre alguns

¹³⁹ Com a popularização das *lives* musicais (e consequentes infrações nas regras da plataforma), a equipe do YouTube Brasil produziu treinamentos e aprimorou a área de ajuda aos usuários para que estes se familiarizassem com as regras. Detalhes em https://www.youtube.com/intl/pt-BR_ALL/ads/resources/?subid=br-pt-ha-yt-bk-c-exa!o3~Cj0KCQjw_ez2BRCyARIsAJfg-kvAf7G2Pg64oZBKX79Sc46cSS1CTwj_WYGP7bMDTQZPPDovURdw6vgaAn7ZEALw_wcB~%7Badgroup%7D~kwd-317735420768~1531607034~432905601584&gclid=Cj0KCQjw_ez2BRCyARIsAJfg-kvAf7G2Pg64oZBKX79Sc46cSS1CTwj_WYGP7bMDTQZPPDovURdw6vgaAn7ZEALw_wcB&gclidsrc=aw.ds acesso em junho de 2020.

¹⁴⁰ Ação posteriormente convertida em pedido de doação de empresas aos artistas que fizessem *lives* nas mídias digitais, <https://www.jcnet.com.br/noticias/cultura/2020/06/725978--viva-cultura--sera-lancado-para-auxiliar-os-artistas-da-cidade.html> acesso em junho de 2020.

¹⁴¹ Detalhes em <https://oglobo.globo.com/cultura/senado-aprova-lei-aldir-blanc-que-preve-socorro-de-3-bilhoes-para-cultura-24463134> acesso em junho de 2020.

músicos e produtores locais, quando publicamos em nosso blogue pessoal a compilação parcial dos dados da nossa pesquisa), esses exemplos mostram que há um embrião de uma ação coletiva que pode, por exemplo, se desenvolver e se tornar mais complexa. Isso ocorreu com a música de rua carioca, cujas ações são descritas no livro “Música nas Ruas do Rio de Janeiro”, uma produção dos pesquisadores Micael Herschmann e Cíntia Fernandes (2014, p. 12), citados no começo desta pesquisa, quando nos referimos ao conceito de territorialidades sônico-musicais.

Com esta noção, os autores mencionados buscaram valorizar a importância da música e das sonoridades presentes no cotidiano das cidades, no que chamaram de “processos de reterritorialização”, como explicam: “essas territorialidades – mais ou menos temporárias –, pela sua regularidade, geram uma série de benefícios locais diretos e indiretos para o território (permitindo até o incremento das atividades socioeconômicas locais” (2014, p. 13). Mais adiante, os autores seguem:

A urbe é aqui tratada como espaço comunicacional-interacional que pode ser vivenciado: a) nas dinâmicas sócio-culturais-ambientais comunicantes de diversas identidades; b) nos diversos modos de presença (inclusive através das redes sociais); c) nos diversos gostos; d) nas diversas significações tanto na arquitetura urbana quando nos indivíduos (que convivem e interatuam nelas e com elas). (HERSCHMANN; FERNANDES, 2014, p. 15).

No caso do Rio de Janeiro, os autores afirmam que há um certo “ativismo musical” na cidade atribuídos a “prosumidores” (2014, p. 72), conceito originário de “*prosumers*” de Toffler (1980), utilizado por autores variados, que vão de Canclini a Jenkins, que enfatizam a ação dos consumidores como produtores. Evidentemente, não desconsideramos a ação da audiência dos meios digitais enquanto produtores de conteúdo, mas enfatizamos aqui a necessidade de os artistas compreenderem a importância de agir de modo diversificado para interagir (BRAGA, 2012, p. 35) melhor com cada polo que forma as sociedades contemporâneas. Como verdadeiros comunicadores sociais.

Todas as sociedades ocidentais que vivem em economias capitalistas e são regidas por sistemas político-administrativos tidos como democrático-participativos, são dependentes de meios de comunicação analógicos e digitais, das ações de poderes públicos federais, estaduais e municipais, de serviços públicos e privados, do industrialismo, do comércio, das instituições financeiras e dos contratantes privados. Muitos trabalhadores da cultura e entretenimento, como os músicos, intérpretes, atores, etc., são bastante dependentes do poder público e também do reconhecimento de

audiências ou de grupo formadores de opinião pública. Por isso defendemos que ajam como líderes desse processo.

Como explica o professor Laan Mendes de Barros, uma atualização sobre a importância do comunicador, não mais como sujeito do processo que atingirá um receptor, mas como aquele que consegue compartilhar de forma mais eficaz o que une os polos envolvidos no processo comunicacional (BARROS, 2012, p. 82). Assim, se o profissional de música conhecer melhor o rádio e suas técnicas de programação atuais, que incluem a institucionalização de métodos de pagamento por execução de arquivos sonoros, por empresas especializadas¹⁴² no que, antes, era conhecido como rádio-escuta (para verificação do que tocou na programação, por quantas vezes e por quanto tempo, processo hoje digitalizado), é possível decidir qual a melhor abordagem para atingir os ouvintes desse meio ainda importante.

Essa institucionalização do *jabá*, antes restrito a emissoras em rede predominantes nos grandes centros do País, generalizou-se e pode ser regionalizado ou nacionalizado, a depender do poder financeiro do contratante. De certa forma, todo esse trabalho nas rádios (que também estão na internet), junta-se ao que é feito na televisão e na internet, e acaba por reforçar as chamadas músicas de trabalho de alguns artistas ligados à indústria fonográfica, forçando a familiarização de alguns fonogramas em detrimento de outros, criando um verdadeiro clima de reforço hegemônico de algumas poucas mensagens. O conjunto de músicos da cidade também poderia utilizar essa estratégia, ou utilizar do poder do grupo para poder criar oportunidades de audiência nas emissoras da região.

A pesquisa também demonstrou que a tradição radiofônica, atualizada pela digitalização e reforçada pelos movimentos de web-rádios e de audiocasts, apesar de citadas, ainda não fazem frente a outra ferramenta também apontada pela maioria dos que responderam ao questionário: a utilização das chamadas rádios sociais. Neste caso de radiofonia digital, como ocorre no YouTube, boa parte da curadoria também fica ao sabor dos algoritmos. Cremos que a utilização dessas plataformas, verdadeiras *jukeboxes*, seriam mais adequadas aos compositores de gêneros afins, do que ao conjunto de músicos de Bauru. Porém, a estratégia de sobrepor os públicos dos vários artistas também é válida,

¹⁴² Citamos a empresa Crowley, quase onipresente nas emissoras comerciais de Bauru e região. A empresa que, além de fazer a rádio-escuta digital das inserções comerciais (se os arquivos comerciais foram executados, por quantas vezes e se tinham o tempo certo contratado), também controla a programação musical das emissoras. Ao que consta, as emissoras da cidade já dependem quase que exclusivamente dos pagamentos da empresa (há menções sobre 80% a 90% do faturamento depender da Crowley, o que vale uma pesquisa).

especialmente ao mostrar as influências, as parcerias, em um movimento de aproximação com o público.

Cremos que os resultados obtidos mostraram que os compositores entrevistados, dos nove gêneros musicais escolhidos, querem ser ouvidos, querem melhorar a comunicação com seus públicos. Mas, de modo geral, todos sentem as dificuldades da autogestão: seja pela necessidade de agir sozinho em atividades tipicamente coletivas e fora da atividade musical, como o setor audiovisual, as ações de marketing digital, etc., seja pela falta de conhecimento para otimizar todas essas funções necessárias para impulsionar as carreiras individuais nas plataformas e redes sociais. Em geral, os artistas, atomizados como estão, não compreendem plenamente os modos de funcionamento das mídias mais frequentes, o que os levam a aceitar não fazer parte dos canais de mídia tradicionais; pouco acompanham ou participam dos debates que podem definir as políticas culturais locais. Tampouco, a maioria deles percebe seu o baixo nível de conhecimento individual para aproveitar de forma plena as ferramentas digitais disponíveis. É importante frisar que, mesmo antes da pandemia, os artistas independentes locais já sentiam que sua produção artística autoral tinha um valor de mercado muito reduzido, muitos davam como certo que o público é, irremediavelmente, pequeno ou inexpressivo, e, mesmo assim, seguiam em busca de empreendimentos individuais para sustentar as suas atividades profissionais.

Com isso, cremos que deixamos claro que mudanças são possíveis e, a partir de agora, começamos a responder as perguntas que propusemos no início da tese.

Primeiro ponto: como os artistas conseguem divulgar sua arte? Como demonstramos, *grosso modo*, buscam os meios menos onerosos, tais como publicações em mídias digitais, estimulando o compartilhamento dos seus amigos, familiares e fãs em seus perfis pessoais, folhetos, notas nas agendas culturais de publicações impressas e, caso haja interesse por parte dos jornalistas e radialistas, entrevistas nos meios de comunicação analógicos e digitais. Ou seja, a produção de *releases* é realizada gratuitamente por profissionais de mídia da cidade, acessados por terem amizade com os músicos. Os registros em vídeo são feitos com câmeras de celular e finalizados de forma caseira. As publicações em mídias digitais não são frequentes e se parecem com perfis pessoais, sem determinação de público, sem uma estratégia para melhorar a distribuição do conteúdo produzido para ampliar o público de um artista.

Segundo ponto: perguntamos quais meios funcionam mais adequadamente para apresentar novas composições e estabelecer relação com o público? No geral, os artistas

locais utilizam as apresentações ao vivo, o Facebook e YouTube para mostrar suas produções. Pouco conseguem destacar os seus trabalhos em meio à cacofonia de sons e vídeos oferecidos no ciberespaço.

Respondendo à terceira questão: a escolha das ferramentas coincide com as escolhidas pelo público para adquirir novas informações musicais. Porém, conforme o questionário respondido pelo público, a mensagem não tem chegado de forma eficaz, especialmente se comparamos o número de participantes que se disseram abertos a conhecer a produção local por achá-la importante, quando comparado com aqueles que afirmam não conhecer a produção musical da cidade.

A quarta questão era: o peso das relações interpessoais, do rádio, da televisão, dos algoritmos dos variados canais digitais, *pendrives*, vendas de seleções musicais nas ruas, etc. na percepção da música. Pelo o que apuramos, YouTube, rádio analógica, rádios sociais, amigos e apresentações musicais em bares, clubes, SESC, entre outros estabelecimentos, são as cinco principais fontes utilizadas pelos bauruenses.

Dessa forma, como demonstramos, o espaço social, cultural e econômico que hoje é reservado para a criação e a manutenção de público, com exceção dos palcos, é o mesmo utilizado por qualquer usuário de mídia digital. Além dos mesmos canais, tanto artistas quanto o público utilizam os meios digitais com o mesmo grau de conhecimento. Infelizmente, ao compararmos o que se faz profissionalmente em nível nacional e internacional, por gravadoras e emissoras, as técnicas de divulgação utilizadas pelos compositores locais não consegue furar o bloqueio causado pela superoferta de informações e músicas, excesso de canais de comunicação, apesar das facilidades de acesso. O que deixa claro não somente o peso da grande quantidade de dinheiro necessária para consolidar um processo de divulgação artística, mas também o valor dos diversos conhecimentos específicos e do número de pessoas para manejar as ferramentas disponíveis adequadamente (ao menos para conseguir atingir um público razoável dentro dos limites da cidade). Tais procedimentos dificultam o desenvolvimento dos talentos locais para além do cenário musical local, por vezes concentrando a atividade profissional a um nicho restrito na cidade, limitada a alguns bares, alguns bairros ou poucos eventos.

Assim, pudemos confirmar a nossa hipótese inicial de que a curadoria analógico-digital e a modulação de conteúdos no ciberespaço em uma sociedade midiaticizada, o que envolve os procedimentos de produção e veiculação de conteúdo, são importantes nos processos de conhecimento e de tomada de decisão em vários níveis. Compreendê-las também pode constituir-se como ferramentas importantes na gestão das carreiras dos

músicos.

Creemos que o aprofundamento coletivo de conhecimentos estratégicos pode proporcionar aos músicos independentes locais o aprimoramento de suas habilidades individuais de execução e performance de suas carreiras. Além disso, também pode estimular ações e esforços conjuntos, tanto dentro dos nichos de atuação musical, comunicacional e informática, quanto na melhoria geral do ambiente profissional das categorias de músicos e intérpretes locais. Assim, pode-se garantir a combinação de autogestão com gestão coletiva de alguns projetos, estratégias que poderiam contemplar objetivos maiores e mais abrangentes. O talento pessoal pode e, em nossa opinião, deve andar ao lado das ações empreendedoras e das políticas desencadeadas em grupo. É a única forma viável para conseguir aumentar a participação em um cenário local, mesmo que elas ocorram em ambientes altamente controlados por grupos hegemônicos.

Não podemos ignorar que a definição corriqueira e generalizante de “músico independente”, como vimos em vários momentos de debate da tese, não consegue mostrar a complexidade envolvida da realização artística produzida fora do chamado *mainstream*. Também o termo corriqueiro de “músico autônomo”, mais demonstra a precariedade da situação dessas categorias de profissionais com talentos, conhecimentos e trabalhos complementares, do que os coloca numa situação concreta e exitosa de profissionais liberais, como reza a bula genérica recomendada pelos defensores do empreendedorismo nacional. Mesmo aqueles artistas que estão ligados aos selos e gravadoras menores, continuam a viver da venda mal paga de seu tempo criativo, se ressentindo do pouco reconhecimento cultural e social. Especificamente em Bauru, a música independente não está vinculada a um gênero musical específico, como ocorre em outros países (QUIÑA, 2014), pois, como demonstramos, a atividade é distribuída entre vários gêneros. Infelizmente, pouco de toda essa produção musical foi registrada historicamente, por não atingir os eixos culturais dominantes do Brasil, notadamente o Rio-São Paulo. Faltam documentos históricos, apesar de sobraarem histórias. E, a despeito de todo esse cenário, abundam artistas e composições.

Malgrado os gêneros musicais em voga, na cidade não há prevalência de um gênero sobre outros, porque as atuações ocorrem simultaneamente e independentes umas das outras. Tanto, que algumas vezes, o público de um gênero não toma conhecimento da existência de muitos dos artistas locais de outros gêneros. Profissionalmente, percebemos que públicos muito fieis, como o de música sertaneja e de MPB, por exemplo, podem

nem conhecer as emissoras dedicadas aos gêneros diferentes, tidos como incompatíveis.

Concordamos com o professor De Marchi quando defende que

(...) uma economia criativa robusta, é aquela em que pequenos e médios produtores e intermediários consigam realizar seus trabalhos de forma de forma lucrativa, investindo em produtores de conteúdos locais e cujos conteúdos produzidos sejam diferenciados, mas igualmente acessíveis ao público. Para que isso ocorra, é fundamental remediar as grandes diferenças de poder entre os agentes que compõem o mercado, ampliando as possibilidades de associação e de concorrência. (DE MARCHI, 2016, p. 209).

Como nota o pesquisador, se os “pressupostos do livre-comércio” não são suficientes para garantir a sobrevivência dos empreendedores, a ação do Estado é importante, mas servindo a todos e não somente aos “agentes dominantes do mercado da música”. Nos é evidente a importância de ações que garantam a atividade de todos os profissionais e empreendimentos que se mostrem competentes, além do acesso aos cidadãos ao produto gerado nessas atividades. Assim como De Marchi, cremos que uma legislação que garanta a remuneração aos profissionais criativos, tanto reformando a lei de direitos autorais (2016, p. 210), quanto o desenvolvimento de políticas públicas que valorizem e preservem a inovação e a diversidade da rica produção brasileira (2016, p. 2011), especialmente, regulamentando as atividades que vem sendo símbolo de desregulamentação e liberdade apenas para alguns.

Processos complexos que envolvem não somente os grupos hegemônicos e bilionários que fornecessem serviços de internet, como o GAFA e a neutralidade da Internet e a Soberania Digital (2014, p. 211), mas também na revalorização das leis voltadas ao audiovisual brasileiro. Para ficarmos apenas com alguns exemplos, citamos a inobservância das regras que punem as satelitizações, vendas de emissoras sem a devida observância das regras de concessão, que normalizou o chamado contrato de gaveta, diminuindo o ambiente plural do rádio local e regional. Na prática, tornou-se o artigo 223 da Constituição Federal letra morta, talvez porque os responsáveis pela fiscalização e aplicação das concessões, sejam donos ou filhos de emissoras, ou estejam comprometidos com a eleição dos que deveriam cuidar da exploração do espectro de frequência brasileiro¹⁴³.

¹⁴³

Aqui, um exemplo, publicado pelo próprio Senado Federal:

Além de outras supressões de direitos sociais, em nossa opinião foi uma das reformas legais mais cruéis, a que atingiu os profissionais da radiodifusão brasileira¹⁴⁴. Na prática, não extinguiu funções, apenas elencou as que merecem pagamento dentro do ambiente de rádio, televisão e produtoras audiovisuais, e retirou os pagamentos adicionais para os profissionais que ficarem encarregados de funções adicionais, além das suas. Mais de 90 funções profissionais foram resumidas em pouco mais de 30. Marcelo Kischinhevsky destaca que a “concentração e a oligopolização são apenas dois aspectos do fenômeno da convergência midiática (2016, p. 48). Um processo com idas e vindas e que vem da época da Guerra Fria.

Alguns processos relacionados à convergência podem ser aqui destacados, mesmo que de modo superficial. O fim da Guerra Fria liberou bilhões de dólares antes destinados à indústria da defesa, levando a um forte investimento nas tecnologias de informação e comunicação. Se os governos pisavam no freio na compra de equipamentos de informática, a solução encontrada pelas empresas foi vender computadores para uso doméstico em larga escala. Paralelamente, o impacto das políticas de desestatização e afrouxamento regulatório nos EUA e na Grã-Bretanha se fazia sentir nos setores de telecomunicações e mídia, levando a uma onda de fusões e aquisições entre empresas de comunicação e a um acelerado desenvolvimento da telefonia móvel. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 48).

Situação que se acelerou com a convergência dos meios de comunicação a partir da popularização da internet, o que atingiu o concentrado e poderoso grupo de donos de redes de emissoras de rádio e televisão brasileiras. Grupo que tinha suas atividades regulamentadas e que, ao invés de lutarem pela extensão do regramento legal a todos os meios, dedica-se a abolir as leis que regulam os seus setores.

Ou seja, não somente o trabalho dos músicos e as suas criações foram desregulamentadas ou apropriadas por terceiros, mas diversas outras profissões sofrem com a falta ou desmonte de regras de regulamentação e de devida remuneração. Há esboços de reação, especialmente em países desenvolvidos, tais como as derrotas impostas por vlogueiros ao YouTube, do Google. Cansados da pouca transparência do principal canal de vídeo sob demanda, os *youtubers* uniram-se ao sindicato mais antigo do mundo para lutar por seus direitos. O Sindicato de Youtubers¹⁴⁵ ameaça processar a

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/03/29/lei-flexibiliza-regras-para-renovacao-de-concessoes-de-radio-e-tv> acesso em junho de 2020.

¹⁴⁴ Tratamos da mencionada lei em um artigo ainda não publicado, mas a alteração pode ser lida em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Decreto/D9329.htm acesso em junho de 2020.

¹⁴⁵ Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/internet/145229-sindicato-youtubers-ameaca-processar-google-nao-houver-dialogo.htm> acesso em setembro de 2019.

gigante estadunidense. Noutra união de forças, legisladores do velho continente já obrigaram¹⁴⁶ o Google a se enquadrar à lei antitruste europeia, cujos reflexos pudemos sentir no Brasil. Ou seja, urge proteger o trabalho, a única forma de geração de riqueza e valor que os trabalhadores ainda podem dispor como fonte de renda e sobrevivência. Trabalho criativo que não pode ser feito sozinho, de forma isolada somente atrás de uma tela de computador ou celular.

O cenário da música local descrita nesta pesquisa está inserido noutro maior, que detalhamos brevemente nos parágrafos anteriores. O que procuramos fazer nos capítulos desta tese, em face de tantas dificuldades conceituais e concretas, foram indicações bastante pragmáticas que servissem aos músicos locais como ponto de partida para um debate sobre a sua categoria, ou sobre a diversidade de características e demandas dos artistas independentes. Podemos supor que, iniciadas as conversas conjuntas, os integrantes do ambiente musical altamente criativo de Bauru possam não somente alterar o cenário local que está posto e até inspirar outros profissionais da área artística daqui e da região a fazerem o mesmo. Idealmente, as mudanças poderiam ocorrer a partir da base, aumentando o conjunto de forças contra os que de fato controlam os setores nacionais e internacionais e que lutam apenas por mudanças que maximizem seus lucros (dentre elas, a comoditização dos que produzimos e a informalização do trabalho).

Imaginamos que, se houver alguma mudança que faça justiça aos trabalhadores precarizados (ANTUNES, 2018), esta se fará mais importante do que a reles competição entre os que estão nas mesmas condições, ou as lamentações inúteis sobre sistema de pagamentos ou sobre os motivos que levam os meios de comunicação analógicos e digitais e o poder público, a valorizarem mais o que vem de fora do que a arte produzida na cidade (à reboque do que determina a indústria hegemônica). A prática musical feita coletivamente na cidade deve permanecer coletiva nas apresentações de palco e dos canais e dispositivos audiovisuais, igualmente conjuntas na exploração das ferramentas digitais disponíveis e, claro, unidas nas análises e reivindicações da categoria.

Sozinhos, os músicos perdem oportunidades. E, nós, enquanto cidadãos, perdemos registros históricos importantes; enquanto amantes da música, perdemos a chance de conhecer e compartilhar sons incríveis e, também, a nossa capacidade social

¹⁴⁶ Disponível em <https://oglobo.globo.com/economia/google-ofereceu-acordo-uniao-europeia-para-encerrar-processo-do-android-22912077> acesso em setembro de 2019.

de produção artística e cultural, que não é facilmente encontrada entre muitos povos da Terra.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5ª Edição. Trad. Juba. E. Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALBORNOZ, Luis A. (comp.). **Poder, Medios y Cultura** – uma mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós, 2011.

ALBORNOZ, Luis A. **Diversidade cultural e o campo do audiovisual**: novos desafios na era digital. In: KAUARK, Giuliana; BARROS, José Márcio; MIGUEZ, Paulo (orgs.). **Diversidade Cultural: políticas, visibilidade midiática e redes**. Salvador: EDUFBA, 2015.

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A Invenção do Nordeste e Outras Artes**. 5ª Edição. São Paulo: Cortez, 2011.

AMARAL JR., José de Almeida. **Chorando na Garoa** – Memórias Musicais de São Paulo. São Paulo: Fundação Theatro Municipal de São Paulo - Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, 2013.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa** – do Mercado de massa para o Mercado de nicho. Rio de Janeiro: Editora Campus-Elsevier, 2006.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2018.

BALSEBRE, Armand. **El Lenguaje Radiofónico**. Madrid: Ediciones Cátedra, 2000

BARBOSA, Haroldo. **Ernesto Nazareth** – Pianeiro do Brasil. Rio de Janeiro: ND Comunicação, 2005.

BARROS, Laan Mendes de. **Recepção, mediação e mediatização**: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: MATTOS, M.; JANOTTI JUNIOR, J., JACKS, N. (orgs.). **Mediação & mediatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em <http://books.scielo.org/id/k64dr/pdf/mattos-9788523212056-03.pdf> acesso em junho de 2020.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BELTRÃO, Luís. **Folkcomunicação**: a Comunicação dos Marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica**. Trad. José Lino Grunnenwald. In: **A Ideia do Cinema**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969. Disponível em <http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/babel/textos/benjamin-obra-de-arte-1.pdf> acesso em agosto de 2019.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de Autor**. 6. ed. rev., atual. e ampl. por Eduardo C. B. Bittar. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

BOSI, Alfredo. **Dialética da Colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. 2a Ed. Introdução, Organização da tradução e Seleção Sérgio Miceli. São Paulo: Editora Perspectiva, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: definition, history, and scholarship**. 2007. In: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> acesso em fevereiro de 2017.

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, M.; JANOTTI JUNIOR, J., JACKS, N. (orgs.). *Mediação & midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em <http://books.scielo.org/id/k64dr/pdf/mattos-9788523212056-03.pdf> acesso em junho de 2020.

BRITTO JR., Álvaro Francisco de; FERES JR. **A Utilização da Técnica da Entrevista em Trabalhos Científicos**. Revista Evidência, Araxá. v.7, n.7, 2011. Disponível em <http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/view/200> acesso em 9 de dez. de 2018.

BRUNO, F. **Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas**. In: Revista Fronteira, São Leopoldo/RS, v. VIII, pp. 152-159, 2006.

BRUNO, F. **Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital**. Revista FAMECOS. Porto Alegre. nº 36 - agosto de 2008. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4410/3309> acesso em maio de 2020.

CABRAL, Sérgio. **A MPB na Era do Rádio**. 2a Ed. São Paulo: Editora Moderna, 1996.

CALDAS, Waldenyr. **O que é música sertaneja?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

CALDAS, Waldenyr. **Acorde na Aurora: música sertaneja e Indústria Cultural**. 2a Edição. São Paulo: Ed. Nacional, 1979.

CALDEIRA, Sandro Ferreira. **Aspectos Históricos do Rádio em Bauru**. Monografia apresentada na Faculdade de Artes e Comunicações da Fundação Educacional de Bauru. Bauru: Secretaria da Educação de Bauru, 1982.

CAMPOS, Augusto de. **Música de Invenção**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1988.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4a Edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Populares no Capitalismo**. Tradução de Cláudio Novaes Pinto Coelho. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**. 4a Edição. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: Edusp, 2008.

CANCLINI, Néstor García; POZO, Maritza U. C. (coord.). **Cultura y Desarrollo: uma visión distinta desde los jóvenes**. Madrid: Fundación Carolina, 2011.

CAPOBIANCO, Lúgia. **A Revolução em Curso**: Internet, Sociedade da Informação e Ciberultura. Revista Estudos em Comunicação nº7 – Volume2, Maio de 2010. Disponível em <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/capobianco.pdf> acesso em agosto de 2019.

CARDOSO DE MELLO, J. M. C. **O capitalismo tardio**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 10ª edição. Trad. Ronei de Majer e Klaus Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Trad. María Hernández. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CATELAN, Álvaro; COUTO, Ladislau. **História da Música Caipira no Brasil**. Goiânia: Kelps UCG, 2005.

CARVALHO; Juliano Maurício de; MAGNONI, Antônio Francisco (Org.). **O Novo Rádio – Cenários da Radiodifusão na Era Digital**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2010.

CAVALHEIRO, Rodrigo da Costa R. **História dos Direitos Autorais no Brasil e no Mundo**. Revista Cadernos de Direito.v.1, n.1, 2001. In: <http://www.bibliotekevirtual.org/revistas/Metodista-UNIMEP/CD/v01n01/v01n01a15.pdf> acesso em agosto de 2017.

CAVINI, Maristella Pinheiro; SANTOS, Leandro Moraes Gonçalves dos. **Miguel Ângelo Ruiz**: catalogação da sua obra. Bauru, SP: Universidade do Sagrado Coração, 2015.

CHION, Michel. **Músicas, Media e Tecnologias**. Trad. Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

COSTA, Alda Cristina Silva da; PALHETA, Arlene Nazaré Amaral Alves; MENDES, Ana Maria Pires; LOUREIRO, Ari de Sousa. **Indústria Cultural**: revisando Adorno e Horkheimer. Movendo Ideias, Belém, v8, n.13, p.13-22, jun. 2003. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/praxis/467/211.pdf?sequence=1> acesso em agosto de 2019.

COSTA, Mariana Fraga; et al. (2014). **Apontamentos para a História da Música Erudita em Bauru**. Revista Mimesis v.35, n.2. Bauru, SP: Mimesis. Disponível em https://secure.unisagrado.edu.br/static/biblioteca/mimesis/mimesis_v35_n2_2014_art_04.pdf acesso em dezembro de 2019.

DE MARCHI, Leonardo. **Indústria Fonográfica Brasileira**. V Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercom, 2005. Disponível em

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/160893888482936528749740008788474661532.pdf> acesso em agosto de 2019.

DE MARCHI, Leonardo. **Indústria Fonográfica Independente Brasileira**: debatendo conceitos. Anais do Intercom 2005. In: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0286-1.pdf> acesso em janeiro de 2017.

DE MARCHI, Leonardo. **A Destruição Criadora da Indústria Fonográfica Brasileira, 1999-2009**: dos discos físicos ao comércio digital de música. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

DE MARCHI, Leonardo. **Inovação nas indústrias culturais na era digital**: um estudo de caso das empresas eletrônicas da indústria fonográfica brasileira. 2015. Relatório Final (Pesquisa de Pós-Doutorado). Escola de Comunicações e Artes. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2015.

DE MARCHI, Leonardo. **Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009**. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1985.

FERNANDES, F. **A revolução burguesa no Brasil**: ensaio de interpretação sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FREDERICO, Celso. **A Arte em Marx**: um estudo sobre os Manuscritos Econômico-Filosóficos. Revista Novos Rumos, n. 42, 2004. Disponível em <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/novosrumos/article/view/2144> acesso em 20 de set. 2018.

GAMBARO, Daniel. **Curadoria Smart**: Reflexão Sobre o Papel do Rádio na com a Indústria Musical. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom: São Paulo, 2016. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/327848263_Curadoria_Smart_reflexao_sobre_o_papel_do_radio_na_relacao_com_a_industria_musical acesso em maio de 2020.

GAMBARO, Daniel; RAMOS, Thaís Saraiva; VICENTE, Eduardo. **A Divulgação Musical no Rádio Brasileiro**: da “caitituagem” aos desafios da concorrência digital”. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 02, ago, 2018/ nov. 2018. Disponível em: <http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/1112> acesso: 1 de set. de 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 1994.

GHIRALDELLI JR., P. **História da educação**. São Paulo: Cortez, 1992.

GOBBI, Maria Cristina; MELO, José Marques de; MORAES, Osvando J. de; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (orgs.). **Ciências da Comunicação no Brasil 50 Anos**. Histórias Para Contar. São Paulo: Vanguarda do Pensamento Brasileiro. Vol. I. São Paulo: FAPESP/ INTERCOM/ UNESP/ ECA-USP, 2015. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/786e52fd2bde8a4798951dc20d07109f.pdf> acesso: 5 de jul. 2018.

GERD, Leonhard; KUSEK, David. **The future of music: manifesto for the digital music revolution**. Berklee Press: Boston, 2005.

GREMAUD, Amaury P.; VASCONCELOS, Marcos Antônio Sandoval de; TONETO JR., Rudinei. **Economia Brasileira Contemporânea**. 7ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

HANANIA, Lilian Richieri; NORODOM, Anne-Thida (orgs.). **Diversidade de Expressões Culturais na Era Digital**. São Paulo: Teseopress, 2005. Disponível em: <https://www.teseopress.com/diversidadedeexpressoesculturaaisnaeradigital/> acesso em maio de 2020.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da Música em Transição**. Rio de Janeiro: Editora Estação das Letras, 2010.

HERSCHMANN, Micael; FERNANDES, Cíntia San Martin. **Música nas Ruas do Rio de Janeiro**. São Paulo: Intercom, 2014.

HERSCHMANN, Micael. **A Indústria da Música como “Laboratório”**. Revista Observatório Itaú Cultural/OIC, n.9 (jan./abr. 2010) São Paulo: Itaú Cultural, 2010. In: http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001727.pdf

HIRSCH, Paul. **Fads and Fashions – An Organization-set Analysis of Cultural Industry Systems**. 1972. In: FRITH, S.; GOODWIN, A. *On Record: Rock, Pop and The Written Word*. New York: Pantheon Books, 1990. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/247266573_Processing_Fads_and_Fashions_An_Organization-Set_Analysis_of_Cultural_Industry_Systems/link/546e1fb00cf2b5fc176043ca/download acesso em novembro de 2019.

HOBBSAWN, Eric. **Como Mudar o Mundo: Marx e o Marxismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

IACOCCA, Angelo. **Ponto Chic: um bar na história de São Paulo**. São Paulo: Editora SENAC SP, 2011.

IFPI. **Global Music Report 2017 – Annual State of the Industry**. In: <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf> acesso em julho de 2017.

JANOTTI JR., Jeder S.; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (orgs.). **Dez Anos a Mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet**. Porto

Alegre: Simplíssimo, 2011.

JESUS, Jane Brito de. **Comunicação Alternativa**: Necessidade ou Utopia? Estudo de Caso: Casa da Cultura de Bauru. Dissertação. São Paulo: ECA/USP, 1991.

KAPLÚN, Mario. **Produção de Programas de Rádio** – do Roteiro à Direção. Organização da Trad. Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti. São Paulo: Intercom, Florianópolis: Insular, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**. Mediações e Interações Radiofônicas em Plataformas Digitais de Comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KLÖCKNER, Luciano; PRATA, Nair (orgs.). **A Mídia Sonora em 4 Dimensões** – 1ª Ouvintes e Falantes, 2ª Memória Política, 3ª Programas de Rádio, 4ª Tecnologia e Futuro. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Imre; MUSGRAVE, Alan (orgs.). **A crítica e o Desenvolvimento do Conhecimento**. Quarto Volume dos atos do Colóquio Internacional sobre Filosofia da Ciência. Trad. Octavio Mendes Cajado. Rev. Pablo Mariconda. São Paulo: Cultrix, 1979.

LEITE, Wellington C. M. **A Representação do Caipira na UNESP FM**. Dissertação de Mestrado defendida em 2013. In.: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89509/leite_wcm_me_bauru.pdf?sequence=1 acesso em julho de 2017.

LEVINSON, Paul. **New New Media**. 2ª Edição. New York: Pearson, 2013.

LEVINSON, Paul. **Digital McLuhan** – a guide to the information millennium. USA and Canada: Routledge, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, João Francisco Tidei. **Ocupação da Terra e a Destruição dos Índios na Região de Bauru**. Dissertação. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas/USP, 1978.

LIPOVESTSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: Viver na era do capitalismo artista. Trad. Eduardo Brandão. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015

LOPES, Laisa Epifânio. **A Trajetória Histórica da Lambada**: da Criação Regional à Difusão Nacional. III Seminário de História do Tempo Presente, UDESC, 2017. Disponível em

<http://eventos.udesc.br/ocs/index.php/STPII/IIISIHTP/paper/viewFile/672/421> acesso em outubro de 2019.

LOSNAK, Célio José. **Polifonia Urbana: Imagens e Representações – Bauru 1950-1980**. Bauru: EDUSC, 2004.

LÓSSIO, Rúbia A. R.; PEREIRA, César de Mendonça. **A Importância da valorização da Cultura Popular Para o Desenvolvimento Local**. Trabalho apresentado no III ENECULT, entre os dias 23 e 25 de maio de 2007 na UFBA. In: http://www.cult.ufba.br/enecult2007/RubiaRibeiroLossio_CesardeMendoncaPereira.pdf acesso em junho de 2016.

LUKÁCS, György. **Para Uma Ontologia Do Ser Social I**. Trad. Carlos Nelson Coutinho, Mario Duayer e Nélío Schneider. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

MAGNONI, Antonio Francisco. **Primeiras aproximações sobre pedagogia dos multimeios para o ensino superior**. 2001. Tese (Doutorado em Educação). Faculdade de Filosofia e Ciências. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Marília, 2001.

MAGNONI, Antonio Francisco; LEITE, W. C. M. **Novo Mapa Sonoro Paulista: Definição do Objeto da Pesquisa Doutoral**. In: IRIGAGAY, Fernando; MAGNONI, Antônio Francisco; ALBINO, João; ANDRELO, Roseane; GUARALDO, Tamara. (Org.). *Relações Públicas, Imagem e Som e Tecnologias*. 1ª ed. Rosário - Argentina: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2018, v. 4, p. 247-261.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Os Desafios da Radiodifusão Sonora no Processo de Formação de Novos Ouvintes na Era Digital**. *Revista Ciência Geográfica - Bauru - XVI - Vol. XVI- (2)*. Janeiro/Dezembro de 2012. Disponível em http://www.agbbauru.org.br/publicacoes/revista/anoXVI_2/agb_xvi2_versao_internet/AGB_xvi2_06.pdf acesso em junho de 2020.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Cenários de possibilidades e desafios para o jornalismo radiofônico local**. *Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG*, v. 07, n. 02, pp. 165-183, jul./dez. 2016.

MAGNONI, Antonio Francisco; URIBE, Esmeralda Villegas; BETTI, Juliana Gobbi. **O ensino do rádio na perspectiva pedagógica de Mario Kaplún**. Intercom, 2013. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1298-1.pdf> acesso em agosto de 2019.

MAGNONI, Antonio Francisco; MAGNONI JR., Lourenço; FIGUEIREDO, Wellington; ANDREO, João Ricardo. **O monitoramento climático e o alerta de desastres naturais na era da comunicação digital**. *Ciência Geográfica*, v. 16, n. 2, p. 268-279, 2012. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/134972>> acesso em setembro de 2019.

MARIANO, César Camargo. **Solo**. Memórias. São Paulo: Leya, 2011.

MARQUES. Rodrigo Moreno; RASLAN, Filipe; MELO, Flávia; PINHEIRO, Marta

Macedo Kerr (orgs.). **A Informação E O Conhecimento Sob as Lentes do Marxismo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2014.

MARTEL, Frédéric. **Smart**: uma pesquisa sobre as internets. Rumores, n. 20, v. 10, jul. - dez. 2016. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/124273> acesso em 1 de set. de 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo**. Travessias Latino-americanas da Comunicação na Cultura. São Paulo. Edições Loyola, 2004.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais** - Linguagens, Ambientes e Redes. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

MARX, Karl. **O Capital** – Livro I – Capítulo VI – Inédito. Trad. Eduardo Sucupira Filho. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas Ltda., 1978.

MARX, Karl. **Contribuição à Crítica da Economia Política**. Livro 1. 2a Edição. Trad. Florestan Fernandes. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008.

MARX, Karl. **O Capital**. Crítica da Economia Política. Livro 1, volume 1. Trad. Reginaldo Sant'Anna - 26a edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008b.

MARX, Karl. **Manuscritos Econômico-Filosóficos**. Trad. Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008c.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**, 1948. Trad. Sueli T. B. Cassal. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2010.

MASCARELLO, Fernando. **História do Cinema Mundial**. Campinas: Papirus, 2008.

MASI, Domenico de. **Criatividade e Grupos Criativos**. Trad. Léa Manzi e Yadyr Figueiredo. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

MATTELART, A. **O carnaval das imagens**: a ficção na TV. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MATTELART, A. **Comunicação-mundo**: história das idéias e das estratégias. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensão do Homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 2005.

MED, Bohumil. **Teoria da Música**. 4ª. Ed. Revista e ampliada. Brasília, DF: Musimed, 1996.

MEDAGLIA, Júlio. **Música Impopular**. 1a Edição Digital. São Paulo: Global, 2012.

MELLO, Zuza Homem de. **Enciclopédia da Música Brasileira** – Samba e Choro. São Paulo: Art Editora; Publifolha, 2000.

MONTANARI, Valdir. **História da Música** – Da Idade da Pedra à Idade do Rock. São Paulo: Editora Ática, 2001.

MONTEIRO, Márcio. **MP3-Demonstrativo e a Cauda Longa da Música Independente**: apontamentos sobre a circulação da música independente através da Internet. II ABCIBER, 2008. In: <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Marcio%20Monteiro.pdf> acesso em Agosto de 2016.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. Ed. Revista e ampliada. Trad. Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. 8a Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

NAVA, Márcia Regina. **Preservação e Divulgação da Cultura em Bauru** – de 1915 a 1925. Monografia (bacharelado em História). Universidade do Sagrado Coração. Bauru, 1988.

NETO, Lira. **Uma História do Samba**: volume I (As Origens). 1a ed. São Paulo: Companhia da Letras, 2017.

NEGUS, Keith. **Digital divisions and the changing cultures of the music industries** (or, the ironies of the artefact and invisibility). *Journal of Business Anthropology*, 2015. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwimpMrknIvSAhWLGZAKHSvKBDAQFggcMAA&url=https%3A%2F%2Fresearch.gold.ac.uk%2F11680%2F1%2FNegus%2520J%2520o%2520BA.pdf&usq=AFQjCNFIpi2hmV-gyRkrwurAIMFuPw-NoQ> acesso em jul. 2017.

NOVELLI, A. L. R. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Laerte Fernandes de. **Em um Porão de São Paulo** – o Lira Paulistana e a Produção Alternativa. São Paulo: Annablume – Fapesp, 2002.

ORDINE, Nuccio. **A Utilidade do Inútil** – Um Manifesto. Trad. Luiz Carlos Bombassaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

ORIHUELA, José Luis. **Blogging and the eCommunication Paradigms**: 10 principles of the new media scenario. *Comunicação e Sociedade*, v.5, 2004. In: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1251/1194> acesso em agosto de 2017.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ORTIZ, R. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. Editora Brasiliense, 2006.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Declaração dos Direitos Humanos**. Paris,

Assembleia Geral da ONU, 1948. Disponível em <https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=por> acesso em junho de 2019.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. 5ª edição. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PAULO NETTO, José. **Introdução ao Estudo do Método de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

PELEGRINA, Gabriel Ruiz; ZANLOCHI, Terezinha Santarosa. **Ferrovia e Urbanização**: o caso de Bauru. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 1991.

PERPÉTUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (orgs.). **O Futuro da Música Depois da Morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

POPPER, Karl. **A Sociedade Aberta e Seus Inimigos**. 1º volume. Tradução de Milton Amado. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia, 1974.

PROULX, Serge; FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula da (orgs.). **Midiatização E Redes Digitais**: Os Usos E As Apropriações Entre A Dádiva E Os Mercados. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016.

QUIÑA, Guillermo. **Las múltiples dimensiones de la música independiente**. Revista Version, 33 - UAM, Mexico, 2014. Disponível em https://www.academia.edu/7139352/Las_m%C3%BAltiples_dimensiones_de_la_m%C3%BAsica_independiente_Revista_Version_33_-UAM_Mexico_ acesso em maio de 2020.

RECUERO, Raquel. **A Rede é a Mensagem**: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. 2012. In: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf> acesso em janeiro de 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, Ana C. F. (org). **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.

REIS, Ana C. F. **A Economia Criativa** – um conjunto de visões. São Paulo: fundação Telefônica, 2012.

RENÓ, Denis. **A Narrativa Transmídia e a “Desgovernabilidade” Jornalística**. Comunicação e Sociedade, v.34, n.2, 20013. In: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3402/3335> acesso em agosto de 2017.

RENÓ, Denis. **Cidadão Mobile**: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo. C&S – São Bernardo do Campo, v. 37, n. 3, p. 257-274, set./dez. 2015 In:

<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/download/6087/4977> acesso em fevereiro de 2017.

ROCHEDO, Aline do Carmos. **Os Filhos da Revolução** – a Juventude Urbana e o Rock Brasileiro dos Anos 1980. Dissertação da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, UFF, 2011.

ROGERS, Everett M. **Diffusion of Innovations**. 3rd Ed. New York: The Free Press, 1983.

RUBIN, Sandra Matilde. **Análise da Urbanização de Bauru Através da Ferrovia** – Seminário. Monografia. Pós-Graduação em Planejamento Regional. Bauru: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação/ UNESP, 1995.

RUIZ, Maria Zuleika. **Miguel Ângelo Ruiz: vida e obra musical**. Bauru, SP: Joarte Gráfica e Editora, 2000.

SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogerio (Orgs.). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA ; Brasília : Compós, 2015.

SANTOS, Christiano Rangel dos. **O Revival dos anos 80: música, nostalgia e memória**. Tese, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018. Disponível em <https://www.historia.uff.br/stricto/td/2046.pdf> acesso em novembro de 2019.

SANTOS, Gustavo Luiz Ferreira. **Uma revisão bibliográfica do conceito de playlist**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1203-1.pdf> acesso em maio de 2020.

SANTOS, Marcos Antonio Carvalho. **Heitor Villa-Lobos**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010.

SCOLARI, Carlos A. **Ecología de los Medios** – entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: Editorial Gedisa, 2015.

SEBRAE. **Música Tocando Negócios** – um guia para ajudar você a empreender na música. 2015. In: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e491dcf107479d1628190fceb77085f9/\\$File/5810.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e491dcf107479d1628190fceb77085f9/$File/5810.pdf) acesso em março de 2017.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **Indústria Cultural: Bourdieu e a Teoria Clássica**. Revista Comunicação e Cultura, USP. Set. a dez. 2001. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36993> acesso em outubro de 2019.

SILVA, Leonardo Santana da. **O choro carioca do gramofone ao tocante: relação e diferenças nas formas de produção e divulgação da música popular urbana entre as esferas erudita e popular da cidade do Rio de Janeiro**. Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, n. 10, 2016. Disponível em <http://wpro.rio.rj.gov.br/revistaagcrj/wp->

content/uploads/2016/11/e10_a15.pdf acesso em 11 de dez. de 2018.

SILVA, Walter. **Vou Te Contar** – Histórias de Música Popular Brasileira. São Paulo, Códex, 2002.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Economia da intrusão e modulação na internet**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.12, n.1, p. 17 - 24, maio 2016. Disponível em <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3706/3130> acesso em maio de 2020.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **A noção de modulação e os sistemas algorítmicos**. PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM, São Paulo, v. 3, n. 5, jan./jul. 2019. Disponível em <http://fapcom.edu.br/revista-paulus/index.php/revista-paulus/article/view/111/102> acesso em maio de 2020.

SIMONETTI, Paulo Sérgio. **Joanin**. João Simonetti, Pioneiro do Rádio e da Televisão no Interior da América Latina. 1ª Edição. Bauru: Estúdio Teca, 2015.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação** – criatividade e generosidade no mundo conectado. Trad. Célia Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SMYTHE, Dallas. **Communications: Blidspot of Western Marxism**. Canadian Journal of Political and Social Theory/Revue canadienne de theorie politique et sociale, Vol. 1, No. 3, 1977. Disponível em: http://www.ctheory.net/library/volumes/Vol%2001%20No%203/VOL01_NO3_1.pdf acesso em 6 de jul. 2018.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977.

SUMAN, Katia. **O Jabá no Rádio FM: Atlântida, Jovem Pan e Pop Rock**. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale dos Sinos – UNISINOS, 2006. Disponível em <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/jaba%20no%20radio.pdf> acesso em maio de 2020.

TAPLIN, Jonathan. **Move Fast and Break Things: How Facebook, Google, and Amazon Cornered Culture and Undermined Democracy**. UK: Pan Macmillan, 2017.

THOMPSON, Paul. **A Voz do Passado: História Oral**. 2ª Ed. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

TOFLER, A. **A Terceira Onda**. 25ª. Ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

TOYAMA, Kentaro. **Can Technology ends Poverty?** Boston Review. Nov. - Dez. 2010. Disponível em: <http://bostonreview.net/archives/BR35.6/toyama.php> acesso em 6 de jul. 2018.

TROTTA, Felipe. **Música e Mercado: a Força das Classificações**. 2005. In Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura, vol. 3. n. 2.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular de Índios, Negros e Mestiços**. 2ª edição. Petrópolis: Vozes, 1972.

TINHORÃO, José Ramos. **Pequena História da Música Popular** - da modinha à lambada. 6a Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Art Editores, 1991.

TINHORÃO, José Ramos. **História Social da Música Popular Brasileira**. São Paulo: Editora 34, 1998.

TINHORÃO, José Ramos. **Cultura Popular** – Temas e Questões. São Paulo: Editora 34, 2001.

TINHORÃO, José Ramos. **Os Sons Que Vêm da Rua**. 2ª Ed. São Paulo: Editora 34, 2005.

VAZ, Gil Nuno. **História da Música Independente**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

VALLE, Sólton do. **Microfones**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Ed. Música e tecnologia, 2002.

VICENTE, Eduardo. **A vez dos Independentes (?)** – um olhar sobre a produção musical independente do país. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS – dez. 2006. In: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/100/99> acesso em agosto de 2016.

VICENTE, Eduardo. **Música e Disco no Brasil** - A trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. Tese. ECA-USP, 2002. Disponível em <https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/doutoradoEduVicente.pdf> acesso em outubro de 2019.

VIGIL, José Ignacio López. **Manual Urgente Para Radialistas Apaixonados**. Trad. Maria Luísa Garcia Prada. São Paulo: Paulinas, 2003.

WIENER, Norbert. **Cybernetics: or control and communication in the animal and the machine**. 2nd Edition. Cambridge, Massachusetts: The M.I.T. Press, 1985. Disponível em http://uberty.org/wp-content/uploads/2015/07/Norbert_Wiener_Cybernetics.pdf

Sítios visitados

BAURU, Prefeitura Municipal. Primeiros Tempos de Nossa Cidade. s.d. Disponível em: http://www2.bauru.sp.gov.br/arquivos/arquivos_site/publicacoes/Primeiros%20Tempos%20da%20Nossa%20Bauru.pdf acesso em dezembro de 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A – LÁZARO CARNEIRO

O poeta da Academia Bauruense de Letras, radialista amador e agitador cultural Lázaro Carneiro nasceu em 15 de junho de 1950. Ficou conhecido em Bauru, primeiro, com suas atividades com a Rádio Primavera, não-oficial, que transmitia música caipira. Depois, da aposentadoria da Companhia de Força e Luz (onde, além do trabalho como técnico, exerceu atividade sindical), dedica-se às letras (poesia e letras de músicas) e aos trabalhos do Clube da Viola de Bauru (onde participava como gestor cultural e catireiro, com vários membros da sua família). Por isso, ficou conhecido como o Caipira que leu Nietzsche, nome de seu primeiro livro de poesias. Nosso caminho se cruzou primeiro, quando o liamos nos anais do grupo Expressão Poética; depois, quando começamos a colocar os poetas da cidade para declamar seus poemas em um programete radiofônico chamado Palavra por Palavra, no ar na Veritas FM entre 2004 e 2012. Eis a transcrição da entrevista, realizada no dia 8 de janeiro de 2020.

Wellington: Então, seu Lázaro, eu pensei em duas estruturas, a entrevista dividida em duas partes: a primeira você conta sua história de vida, como que o senhor se relaciona com a música (no caso a música caipira); depois eu queria que o senhor tentasse lembrar como é que o senhor guardou na memória a música nessas décadas todas, até o momento em que o senhor virou compositor, por exemplo, virou letrista de música, né? O que nós temos hoje? Nós temos uma música local feita... pelas rádios, pelas TVs até mais ou menos 1960. De 1970 pra cá, não tem mais música local. Então, é por isso que eu preciso desses depoimentos. É uma forma da gente resgatar o que era feito na música dos anos 70 pra cá, se o senhor quiser focar. Então, primeiro conta sua relação com a música ou o que o senhor ouvia, como era na sua casa, até chegar nessa época em que o senhor fez a composição e depois a gente tenta lembrar como foram as décadas. Se o senhor lembra de duplas, como é que era, como é que era relação com os rádios...

Lázaro: primeiro agradecer pela preferência do elemento aqui... e estou sempre à disposição para o que você precisar. A música sertaneja ela não entrou na minha vida... eu não posso usar esse termo. Eu fui criado no sítio, então a música sertaneja e eu é uma coisa só. E... eu cresci ouvindo música sertaneja no rádio, ou lendo o livrinho de músicas sertanejas que era publicado (na década 50 publicava-se muito, cada dupla tinha seu livrinho, com as letras).

W.: não existia música de trabalho?

L.: Não existia música de trabalho. Não se pagava pra se executar. Executava-se porque era boa, porque tinha público, essas coisas...

W.: música de trabalho que eu falo era das pessoas cantarem pra trabalhar... pra colheita, etc.

L.: Ah, não, isso aí não. Isso aí, aliás, a caipirada aqui do interior nunca teve isso. Cantava-se muito nas festas, à noite, à tarde, nos finais de semana. Aí sim, o que rolava eram essas músicas caipiras. E eu aprendi isso naquela época. Eu era moleque em 1950, 1950 e pouco, e eu aprendi muita música sertaneja que eu sei até hoje, e... que ainda toca no rádio, até hoje toca. Bom, você falou da década de 70, né? Vamos pular pra década de 70

porque começa a ser interessante a partir daí. Porque entrou aqui, e eu vou cair naquela mesmice de falar mal do americano, mas não é isso. Com a ditadura, com o golpe de 64, do governo militar, ela desenvolveu o capitalismo no Brasil. Que até então era um capitalismo mambembe, né? A gente criava frango no sítio, ponhava nas costas e ia vender na cidade. Aí com a industrialização de grandes centros, como São Paulo, por exemplo... São Paulo, Rio, grandes centros industrializados, essa industrialização não chegou no interior. Veio muito devagar pro interior. E não chegou na zona rural. A zona rural permaneceu com aquela gente enorme de trabalhador que até hoje, todo documentário feito fala que 75% da população morava na zona rural. Então, com a... com a ditadura de 64, começou a abrir o Brasil pro capital estrangeiro, principalmente o americano, e primeira coisa que eles fizeram: acabar com a cultura do povo. Chegaram aqui e compraram todas as gravadoras. Todas as gravadoras que eram sucursal ou algum industrial mais ousado que teve uma gravadora no Rio de Janeiro, São Paulo, foi cooptado pelo capital americano. Aí acabou. Aí não se gravava mais música sertaneja. E as músicas jovens, vamos dizer assim, passou ser cantada por artistas brasileiros com nome americanizado. Então, quem fazia sucesso era Chrystian... do Chrystian e Ralf... esse Chrystian e Ralf. Tem um nome, cada nome famoso, mas eu lembro do Chrystian, do Chrystian e Ralf porque acabou sendo sertanejo e marcou mais... mas tinham muitos cantores que cantavam estrangeira. Uma das músicas mais gravadas no mundo é a música de um brasileiro com nome estrangeiro, que é *Feelings*. É música muito famosa: [canta] *feelings*...

E vai por aí. Essa música foi dos grandes sucessos e outras e outras que não me vêm à cabeça agora. Mas se você procurar, você vai ver essas músicas, que fez esse sucesso no final de 60, começo de 70, 80. Um monte de artista com nome estrangeiro era brasileiro cooptado. Então, acabou, matou a música brasileira. Resistiu um pouquinho, como sempre, o Nordeste que conseguiu resistir um pouco. Mas Sudeste, Centro-Oeste, virou massa de manobra. E aí entra a música sertaneja. A música sertaneja, nessa época, parou de gravar, sumiu... teve uma época que sumiu a música sertaneja. Só prevaleceu algumas duplas que tinham muita base, como Tião Carreiro e Pardinho, Tonico e Tinoco... Foi das poucas duplas de permaneceu ainda gravando um disquinho por ano... às vezes, a cada dois anos. E na época de sucesso, antes disso aí, cada dupla gravava dois discos por ano. Às vezes 3, porque fazia e vendia, fazia e vendia... hoje isso foi abafado, isso foi matado por essa indústria americana e deu no que nós temos hoje aí. Bom, agora, o fenômeno da música sertaneja, essa transformação toda, hoje o pessoal fala que é música universitária, os mais exaltados falam que é música de zona, e música de chifudo e outras coisas, essas barbaridades. Isso aí sempre existiu. Sempre existiu. Se você pegar desde o início da música sertaneja, década de 40 por exemplo, aquelas duplas sertanejas que falavam das coisas caipiras mesmo... já tinham umas duplinhas ousadas, que nem eram aceitas, não faziam sucesso, mas se atreviam a gravar músicas falando de... de amor destruído, de mulheres de vida fácil, essas coisas. Eram caras que iam no Rio de Janeiro gravar, ficava aquele limbo ali entre Rio de Janeiro e música caipira... aí, quando começou o êxodo rural, final dos anos 50, quando começou a apertar essa história do Êxodo rural, começou a ter público na cidade pra esse tipo de música. É... esse tipo de música menos... menos... conservadora. Aí começou a surgir duplas de sucesso que começou a viver da música, fazendo sucesso em rádio, cantando esse tipo de música, que naquela época era chamada de música de zona. Porque existia a zona do meretrício, né? Onde as mulheres de vida fácil, da difícil vida fácil, iam viver separadamente da cidade, da sociedade ordeira, né? Moralizada... então, tem música que faz sucesso até hoje, todo mundo gosta de ouvir. O Chrystian e Ralf... o Rick, gravou uma música recentemente que chama Arrepêndida. Uma música linda, mas linda mesmo. Essa música foi gravada por Zé Tapera... por Zé da

Estrada... Paiozinho e Zé da Estrada, que era de Botucatu. O Zé da Estrada era caminhoneiro. O Paiozinho já cantava em São Paulo com um camarada, um mocinho novo que hoje é o tal de Theodoro. Então, esse moço, esse Theodoro, era mocinho novo, tinha cabelo ainda (não era peruca, era cabelo). E ele cantava pra esse Paiozinho. O Zé Tapera... tinha a dupla Paiozinho e Zé Tapera. Aí separaram a dupla e o Paiozinho foi fazer dupla com o Zé da Estrada, que era outro mocinho novo também que morreu agora pouco tempo... Zé da Estrada... Pedro Bento e Zé da Estrada, já falecidos. E o Zé da Estrada era moço novo, caminhoneiro, foi fazer dupla com esse Paiozinho. Era Paiozinho e Zé da Estrada. Era um dupla maravilhosa. Se você procurar hoje na internet, no YouTube, se encontra lá uns tangos que falavam de romances destruídos, mulheres que largaram o marido e foi morar na zona, cara que foi lá e achou a mulher lá... coisas, assim, fantásticas! Situação de amor a três, uma coisa louca de homem e mulher. E o Zé Tapera gravar com um moço novinho também, que tava chegando, que era o Theodoro. Zé Tapera e Theodoro. Só gravaram porcaria. Se você pegar o... só porcaria! Não era música nem pro pessoal da cidade, nem pro pessoal do sítio. Era uma coisa... só música de segundo sentido, de terceiro sentido... crítica a japonês, ao sotaque japonês (tinha muito japonês lá em Londrina, na zona rural, tinha muito japonês. Então... e o Theodoro era do Paraná, de londrina. Então, eles satirizavam muito japonês... de preto, de saravá. Só essas músicas politicamente incorretas. E até hoje, depois que ele aprendeu a fazer sucesso, ele é um mercenário. Só faz as coisas por dinheiro. Ele aprendeu a ganhar dinheiro com essas músicas. Então, ele faz músicas de duplo sentido, então toca-se muito. Pegou um vanerão, que é um ritmo dançante, e faz aquela música besta... olha... Tem um música que chama A Ruela do Eno. O Eno, um japonês, foi num bar e perdeu a ruela... [incompreensível]... – quem tá com a ruela do Eno? Quem tá com a ruelo do Eno? Olha... Isso aí tocava e outras besteiras aí. Garanhão da Madrugada: [canta] eu sou o garanhão da madrugada... Só essas coisas bestas.

W.: Mas e aqui na cidade? O senhor já estava aqui?

L.: Em 58 eu já estava em Bauru. Então, eu ouvia muito essas coisas. Mas deixa eu completar esse capítulo aí, pra fechar esse capítulo, depois você apaga... Então, quando começou a surgir essas músicas, e as duplas caipiras que já existiam, resistiram: Tião Carreiro, Tonico e Tinoco, o Zé da Estrada com o Pedro Bento... começou a fazer umas músicas menos pornográficas. Não chegou a ser música sertaneja caipira, mas era música mexicana. Pegaram o viés, o sucesso dos filmes, do Miguel Aceves Mejía, que acompanha os filmes do Novo México, aqueles filmes mexicanos loucos lá, dos Estados Unidos, então eles gravavam versões daquelas músicas, o que fez muito sucesso: sete léguas, quatro caminhos e outras tantas. Tudo música mexicana. E... então essa música caipira que permaneceu foi Tonico e Tinoco, Tião Carreiro e Pardinho e tal... algumas duplinhas novas que seguiu nesse mesmo naipe aí, como Zilo e Zalo, esse pessoal era tudo música de voz... de voz grave. Depois que Tonico e Tinoco fez sucesso, começou a aparecer músico de voz mais aguda, aí veio Liu e Léo, Zico e Zeca, Lourenço e Lourival que fizeram muito sucesso na década de 60, 70. Acho que é isso... aí já tinha público pra essa música... essa música rasteira aí porque o pessoal já estava tudo na cidade. Indo muito em baile, carnaval, essas coisas, o pessoal já tinha outra cabeça. Então, começou a vender muito essa música. Aí esse público foi mudando e hoje chegou onde está esse universitário aí, que, sei lá onde vai parar isso. Mas é uma sequência de mudança. Essa mudança não começou agora, de 2000, 2010, não. Isso é coisa velha. Essa mudança sempre teve.

W.: Desde que o senhor estava aqui [em Bauru], eu sei que o senhor era ouvinte de rádio. O senhor lembra de dupla local no rádio?

L.: tudo local. Eu me lembro que tinha Broto e Brotinho. Broto e Brotinho eram dois

meninos, ainda adolescentes, que cantavam na PRG-8 (quando era na Bela Vista, ainda, a PRG-8). Eles cantavam todo domingo lá, a gente ouvia de manhã esse Broto e Brotinho cantando. O Brotinho morreu faz tempo e o Broto morreu agora recentemente. Vizinho meu aqui. E...

W.: Isso foi na década de?

L.: Isso foi na década de 50, 56, 57 isso aí. Disso eu me lembro perfeitamente. Depois, na sequência... nessa época já vinha muita gente de sítio, que morava aqui em volta... esses meninos moravam aqui. Mas o pessoal que morava na regiãozinha aqui... vinha dupla de... o Nilson e Nelson morava em Cabrália Paulista, não em Alba, eles vinham de trem cantar todo domingo de manhã. O... os irmãos Bertolini... inclusive o Sílvio Bertiloni é meu vizinho aqui também, que mora perto da minha casa e que é muito amigo meu, bom violeiro, bom violonista, vinha mocinho novo e cantava música do Vieira e Vieirinha. Eles tinham um padrão de voz tipo Vieira e Vieirinha. Então, eles vinham de Nogueira, vinham pra Bauru todo domingo cedo cantar nesses programas de música sertaneja. Isso antes de Walter Neto, isso na década de 50, 56, 57, 58... então, esse pessoal aí que...

W.: E até quando o senhor percebeu que as duplas estavam no rádio? Teve um momento em que o senhor falou – não tem mais dupla local no rádio?

L.: Dupla local no rádio. Dupla local, pararam quando... no começo do programa do Walter Neto. Walter Neto era uma criatura muito marcante no rádio. Ele era muito bagunceiro rádio, muito alegre... era o Chacrinha do rádio de Bauru. Então, ele fazia programa popular, programa ao vivo, na praça. Ali perto do INSS tinha botequinho chamado Roda Alegre. Era um boteco ali, uma sorveteria, tinha um pátio com uma roda gigante pequeninha que as crianças brincavam. E ali era um ponto de ônibus que subia tudo pra Bela Vista, essas vilas da região aqui. O ônibus partia dali e era um ponto de muita gente. Um acúmulo, um afluxo de gente muito grande ali. E... esse cara fez esse bar ali, essa sorveteria, etc., E o Walter Neto, todo domingo de manhã, ia fazer programa ali. Ali ele recebia essas duplas. Nessa época ele recebia essas duplas que moravam na região pra cantar ali. Isso no final de 50, começo de 60. Meia-meia, meia-sete, ele fazia esse negócio, esses programas ao vivo ali. Fazia... depois, mais pra frente, ele começou a fazer no estúdio da Auri-Verde (ele era da Auri-Verde) fazendo o show da Auri-Verde, ele recebia essas duplas e as faziam cantar no estúdio. E depois parou. Música sertaneja acabou. Aí veio aquela derrocada da música sertaneja. E o Walter Neto continuou mexendo com o público e com o sertanejo as suas algazaras com o povo na praça Rui Barbosa. Ele fazia um baile na praça Rui Barbosa. Sábado à noite ele botava um sanfoneiro no coreto e animava um baile ali com uma dupla e um sanfoneiro... uma coisa, assim, improvável hoje. E naquele tempo rolava ali... e o Walter Neto tirando sarro (depois você apaga essa parte), tirando sarro daquele povo, porque Bauru já tinha uma franja bem nervosa, né? O povo ia lá...

W.: que legal!

L.: Uma desgraça aquilo lá...

W.: e depois, vamos imaginar, isso na década de 80... isso é mais ou menos na década de 80?

L.: isso daí... o baile... já era decadência de tudo... o baile na praça era década de 80, começo de 80.

W.: que é quando o sertanejo começa a ficar mais romântico, vamos dizer assim? Começa a fazer sucesso romântico?

L.: Não, aí... não é que... vamos chamar de sucesso romântico. Isso aí era o que era permitindo gravar. Que as gravadoras ficaram tudo na mão desses... desse povo americanizado, e dos puxa-sacos do esquema americano. Se eu não fosse... é... se você

tivesse um pouquinho de consciência política, você não era diretor de gravadora. Então, vários deles eram assim. As gravadoras ficaram todas nas mãos desse povo, dominadas por esse povo. Então, você ia lá, se fosse um cantor autêntico, genuinamente caipira, você não gravava. Tinha que ser romântico.

W.: e onde essa música caipira estava aqui em Bauru na década de 90, 2000, 2010... onde é que nós achamos essa música? Porque ela continua sendo feita, né?

L.: então, essa música caipira ficou restrita a cantar em casa, você vinha na minha casa com seu violãozinho, a gente cantava. Pra ninguém, porque se tivesse jovem por perto, aí já começava a gozação. Então, não se enfrentava. Um público mínimo, não se enfrentava um público mínimo. Quem deu um mínimo alento pra isso foi o governo Tuga, que foi o primeiro governo democrático depois da ditadura. O Tuga criou um esquema pra ir pras praças. Ele mexeu muito com o público. Tentou organizar o povo em associação de bairro, decidir as coisas ouvindo o povo. Ele teve esse perfilzão de comunista. Então, no começo, isso aí soou como um avanço enorme, como uma revolução. E não é nada disso, é um tucano como qualquer outro. Mas pra época ele foi um avanço enorme. Eu reconheço. Eu já era um militante de esquerda, já tinha um... acho que eu já tinha alguma coisa na cabeça. Então, eu ajudei muito a fazer a Casa da Cultura, que naquele tempo era na 15 de Novembro, se não me engano. Era uma casa comum, alugaram e botaram o pessoal lá dentro. Eu ia muito a reuniões ali e tudo. Bom, então, o Tuga criou o famoso Caminhão Palco. Pegou um caminhão da Prefeitura, na carroceria adaptou um palco, botou ali uns equipamentos... pra época era uma coisa maravilhosa. Então, ia pros bairros como se fosse um circo (que já não existia mais circo também). Então, isso fazia o papel de um circo. Ia lá e levava música sertaneja pro pessoal... pro pessoal domingo de manhã, às vezes à noite, mas basicamente domingo de manhã. Então, o pessoal ia lá, sabia que em determinado lugar do bairro, domingo de manhã tinha um caminhão palco lá e vinha as duplinhas cantar. Então, hoje eu conheço muitas duplas que cantavam lá e que foram os pioneiros. Zanilo e Zanete mesmo, é um casal que acabou se casando. A mulher a Zanete e o rapaz o Zanilo, acabaram se casando e continuam cantando. É uma dupla. É um casal e uma dupla sertaneja. Esse Zanilo foi um dos pioneiros. Se você procurar, você ainda vai achar alguma fotografia alguma coisa documentada dessa dupla caipira.

W.: E, por exemplo, como é que começa, por exemplo, esse movimento de clube de catira, o Clube da Viola...

L.: Então, o Clube da Viola bonita eu fui um dos fundadores... do Clube da Viola. Eu e um moço chamado Tião Camargo nós trabalhávamos na Força e Luz. Então, a gente começou... é... a gente gostava de música sertaneja, tínhamos essa coisa em comum que é gostar de música sertaneja. Aí tivemos uma rádio comunitária, uma rádio pirata, se chamava Rádio Primavera. Que durou pouco, mas foi o embrião de muita coisa, de programas sertanejos que nós fizemos, depois, na G8, eu vim ter um programa de televisão um pouquinho mais pra frente, que já é resquício dessas tentativas...

W.: Isso em que ano a rádio comunitária?

L.: A rádio comunitária? Deixa eu consultar a minha assessora... [pergunta pra esposa]: 86! Antes disso já havíamos criado o Clube da Viola de Bauru. E tem um pessoal de catira que era... os irmãos Domingues. Que cantava música sertaneja, mas isso aí tava sumido. Tudo sumido. [a esposa corrige a informação: a rádio era de 1990]. Bom, sempre que você quiser lembrar alguma coisa, você entra. Você aperta o botãozinho vermelho e você fala. [risos].

Então, esses irmãos Domingues eram cantores antigos de catira. Vinham de família de catireiro. Eu também gostava de catira porque meu pai tinha catira em casa. Catira, Festa de Santos Reis e Festa de São Gonçalo. Meu pai sempre mexeu com essas coisas. Eu tinha isso aí também...

W.: Lá em Pederneiras?

L.: Sim, lá no sítio perto de Pederneiras. Ali entre Guaianás e Santelmo. Mas eu sempre trouxe isso aí guardado... na cabeça. Aí, quando eu fiquei grande, começamos a ver a possibilidade disso e acabei virando pra esse lado. Então, esse pessoal dos irmãos Domingues formou... reaqueceu esse grupo de catira que eles tinham na família. E nós também fizemos o nosso. E eles... e esse Clube da Viola surgiu basicamente desse pessoal. A gente queria organizar os violeiros pra não ficar na mão de prefeito, de grupo de catira que já vinha longe... porque o Toninho Domingues (essa parte você também deleta), ele era sindicalista da Paulista. Mafioso ao extremo. Mas muito bom. Ele como sindicalista era muito... agregador. Sabe aquela coisa? Então, ele fez o grupo de catira dele, ele com o irmão dele tocava e cantava. Tocava viola e cantava. E arrumou lá uma meia dúzia de... adeptos e formou o grupo dele. Nós não formamos o grupo de catira nessa época, formamos um grupo de violeiros pra organizar os violeiros... criar duplas. Aí começou a criar duplas sertanejas de novo. É... requestrar aquela cultura de grupo... de duplas de caipira, de violeiro. E surgiu bastante coisa boa, né? Nesse negócio aí. E o Clube da Viola uma hora tá melhor, outra hora cai... noutra hora tá melhor, noutra hora desce... tá igual a bolsa de valores. [risos]. Tem hora que tá lá no pico, tem hora que vai a zero. Hoje, quem comando o Clube da Viola é meu irmão. Eu já fui diretor artístico. Reaquecemos, de novo, o Clube da Viola. Agora, faz uns 10 anos... no governo Dilma... a Dilma deu dinheiro pra cultura. Então, esse Tião Camargo (depois você deleta também essa parte), o Tião Camargo é um cara... por isso que eu falei pra você, o Tião Camargo conhece, mas não é bom procurar ele. Se quiser, você fica à vontade... mas ele é mercenário, cara. Então, ele falou – vamos fazer o Clube da Viola. Então, reuniu eu, mais um mais um, e falou: - ó, você vai ser o diretor financeiro, você o diretor artístico... eu fui diretor Artístico. Que eu sempre gostei, gosto, conheço, eu não sei uma nota, mas se eu ver você cantar eu falo: - ó, você canta bem, você canta bonito. Então, ele falou: - você vai ser o diretor artístico e ele é o presidente. Então, ele... eu ia na prefeitura, nas reuniões, falar como é que estava o Clube da Viola... pegar as intimações e trazer pra cá... eu fui na prefeitura assinar, quando esse projeto da Dilma chegou, eu fui assinar lá como... tanto é que... quando saiu no Jornal da Cidade, o jornal foi lá fotografar e botou meu nome lá: Lázaro Camargo... pô, nem Tião Camargo nem Lázaro Carneiro. [Risos]

Então, tem uma foto lá, eu representando o Clube da Viola e...

W.: amalgamado com o Tião Camargo.

L.: É, pois é... fazer o quê? Bom, aí tocamos o Clube da Viola, mas o Tião Camargo só queria o dinheiro. Ele pegava o dinheiro e desviava... ele... o Clube da Viola podia ter feito um progresso enorme, cara. Podia ter sede própria... teve dinheiro pra fazer uma sede própria, mas... não sei, uma casa como essa daqui, um salãozinho... um salãozinho do tamanho dessa casa, dois banheiros no fundo, um pras mulheres e outro pros homens, pronto! Clube da Viola na porta... agora... com o tempo se melhora. Então, esse projeto da Dilma durou, acho, que três anos. E vinha verba pra comprar uma viola, pra gravar disco... e, olha, pra gravar um disco deu trabalho, hein, cara? Mas deu trabalho! Eu exigi dele que tinha que gravar um disco. E tinha também, o pessoal da prefeitura que cobrava a contrapartida: [mira o celular sobre a mesa, aponta e exemplifica] - Olha, vamos liberar mil reais pra comprar celular, então, até tal dia o senhor tem que trazer o celular e a nota. Então, cobravam. Na próxima reunião: - olha, só vamos liberar o dinheiro pra o computador, se o senhor comprou o celular. Comprou? – Comprei. Tá aqui, o celular é esse e a nota é essa. Beleza. Então, tantos mil reais pra comprar o computador.

W.: dinheiro gerido pela prefeitura...

L.: pela prefeitura.

W.: Pela Secretaria de Cultura.

L.: Pela Secretaria de Cultura. Eu ia muito lá e tal. Bom, e quem manipulava o dinheiro era o Tião e o Tião desviava esse dinheiro, gastava com coisas que não eram do Clube da Viola com os amigos dele... Só besteira. E uma das coisas que a caipirada não consegue fazer é afrontar você. É dizer: - ó, você falou que ia gravar aqui e ali, por que você não trouxe Computador? Você não está ganhando pra gravar nós em dois aparelhos? E tá gravando em um aparelho só? Então, ninguém briga com ninguém. Depois sai e fala: - você viu, o cara não trouxe o aparelho. Era pra trazer e não trouxe... É assim, ninguém briga por nada. Então, agora, depois disso tudo, chegou uma hora que eu abandonei. Eu abandonei e passei isso pra uma senhora, que chegou de São Paulo, que é a Nair Castro. Que casou com um violeiro velho aqui de Bauru que é o Zé da Barca. Casou com o Zé da Barcae e se enfiou no meio. Ela acha que canta, ela não sabe nada, mas ela vai no barulho. E ela é muito dinâmica, faz as coisas... Ela tocou no Clube da Viola um bom tempo aí. Você chamar ela pra ir cantar na sua casa ela vai. Amanhã ela diz: - olha, ontem eu estive fazendo um show na casa do professor Wellington e estive maravilhoso... cantou, lá, pra você duas músicas. Sabe essa pessoa sem noção, cara? Putz, eu fico com vergonha alheia, cara. Mas tudo bem. E o meu irmão é o... faz parte dessa diretoria, hoje, que tá tocando. E o meu irmão também, esse um meu irmão, é bem sem noção. Ele não quer saber, não. Tá tocando, lá.

W.: Mas ainda fazem eventos...

L.: Fazem eventos. Eles criaram o grupo de Catira, eu queria criar o grupo de catira, que eu já tinha criado, e eles melhoraram. Deram uma nova... um novo rumo. Eu queria criar um coral caipira, eles criaram lá um... não é coral, é um amontoado de pessoas. Eu queria criar um coral assim: - vamos chamar uma senhora, a Dirce do Ó, que ela conhece música. Então, eu falo: - Wellington, canta O Menino da Porteira, aí. Olha... seu voz é grave, tenor, não sei das quantas... Fulano, canta O Menino da Porteira. Sua voz é barítono... então, vamos aqui, nós temos 10 pessoas que sabem cantar minimamente. Eu vou lapidar, vou ensinar vocês, e nós vamos fazer um coral de música sertaneja. Não! Lá pegou 50 velhas, lá, vamos cantar, é coral. Ficam lá, umas nem cantam, ficam lá... cada um cantando do seu jeito, como se estivessem cantando num banheiro. Um monte de mulher cantando junto. Coisa ridícula. Ridícula! Eu até falo pro meu irmão: - Mas você não tem vergonha de falar que isso é coral, cara? - Ah, mas a Nair quer tocar assim, que toque! Tô nem aí! Mas que caralho, rapaz... mas tudo bem... então, o Clube da Viola é isso aí. Tá aí até hoje, tem o Clube da Viola que tem o catira e tem esse coral de música sertaneja, mas é isso aí que eu estou falando. O grupo de catira até que está razoável. Não tem [incompreensível], não tem violeiro... o melhorzinho é o meu cunhado. Mas não tem noção nenhuma, só de ouvido, né? Não tem noção nenhuma, de nada.

W.: e o disco do senhor, como é que foi feito? Aquele disco em que uma dupla musicou os poemas do senhor?

L.: Bom, eu tenho muita poesia, muitas coisas escritas, etc., livros, essa coisa toda. É que você não conhece minha produção, né? [risos]

W.: quase nada... [risos].

L.: E... então, tem muita poesia que eu faço que é música caipira, poesia caipira. Então, tem um camarada aí, que falou: - ó, isso aqui dá uma obra, dá uma música boa. Vamos musicar? Eu falei: - vamos! Então, eu escolhi algumas que tinham já... métrica, é... espaços, lá, pronto pra música sertaneja e passei pra ele. E falei pra ele: - ó, essas músicas aqui, essa aqui dá guarânia, essa aqui dá cateretê, esse aqui dá não sei o quê, e passei pra ele. Ele gravou um disco e ficou bonito. O Mirassol. O Mirassol, gravou uma música... eu tenho o disco até hoje. E realmente é bonito, pra quem gosta de música sertaneja... vai gostar daquele disco, é bonito. Depois gravei outro, com uma dupla mais moderna, que é o Ronaldo e o Reinaldo. O Reinaldo é o pai do Ronaldo e cantavam muito bem. Aí

viraram crente, gospel, etc. viraram essa coisa bolsonarística... Mas eu tenho um disco deles muito bonito. Bonito mesmo! Eu tenho aí, esse eu acho que você não conhece, ainda...

W.: não. E hoje, o que é que a gente pode pensar de uma música caipira no meio dessa... do que está hoje essa música chamada sertaneja.

L.: Olha, hoje, esse pessoal que canta essa música universitária, esse pessoal, muitos deles vêm de família caipira. Então, você vê, por exemplo, o Luan Santana. Essa excrescência artística. Quando esse moço resolve cantar música caipira, ele canta. Maravilhosamente bem. Ele pega lá uma música caipira e canta. Porque ele conhece, foi criado no meio. Mas ele grava essas outras coisas pra... fazer sucesso, ganhar dinheiro, essa coisa toda. O... [consulta a esposa] como é que chama o Lima, que cantava com o pai dele? Gustavo Lima! Gustavo Lima é outro cantorão... cantor universitário. Esse tem um perfilzão goiano. Esse moço quando canta música caipira com o pai dele é uma coisa linda, cara. Bonito mesmo! Mas ele grava essas porcarias. Pra ganhar dinheiro. Bonitão, aquela coisa toda... e vai por aí.

W.: É que nem aquela sanfona paranaense do Michel Teló...

L.: É, o Michel Teló!

W.: Aquilo eu acho, aquela sanfona muito boa, mas...

L.: o Michel Teló, você conhece a origem do Michel Teló? O Michel Teló tem a origem mais horrível que você possa imaginar. Ele é filho de gaúcho, de catarinense, e grava aquelas músicas, daqueles conjuntos...

W.: Vaneirão?

L.: Não, pior que vaneirão, vaneirão é a música caipira deles lá. Mas que seja música dançante de gaúcho. Então, fica aquele monte de gaúcho no palco, três, quatro gaúchos. Um com uma sanfona, outro com um baixo, outro com um bатуque, cantando como se fosse... tá pro gaúcho, lá pro sulista, como o axé pra Bahia, o pagodinho pro carioca. Você tem aquela música bonita, antiga, e aí aquela molecada vem com aquela desgraça em cima daquilo. Que é o Axé, o Pagode e lá também tem. O Michel Teló é de um conjunto desses de gaúcho que veio plantar soja no Mato Grosso. Ele... a origem dele é Campo Grande. Começou o conjuntinho dele em Campo Grande. Igual àquele conjuntinho que botou fogo na Boate Kiss, lá... é daquele tipo. Então, toca aquelas músicas dançantes, falando porcariadas, um passinho pra lá, um passinho pra cá. [canta] lá, lá...

E ele toca muito bem sanfona, canta bem, ele é maravilhoso. Aí a Globo com aquela música horrível que ele fez, né? Igual a Caneta Azul... “ai se eu te pego, ai se eu te pego”, igual a Caneta Azul. Só que o rapaz da Caneta Azul não é bonitinho, não é novo, então, não virou. Senão, virava outro Michel Teló. Então, o Michel Teló com aquela música dele, que correu o mundo inteiro e fez sucesso, a Globo pegou (e a Globo só pega essas porcarias e promove, né?)... o Michel Teló... a Globo pegou ele e ele criou aquele quadro no Fantástico... cantando com duplas caipiras. Então, ele pegou o Chitãozinho e Xororó, foi lá no Paraná, gravou uma música do Chitãozinho e Xororó bonita. No Paraná ele gravou com o Chitãozinho e Xororó, gravou com Teodoro e Sampaio que é de Londrina ... gravou com o Paraná, que é da dupla... [consulta a esposa]: como é o nome da dupla do Paraná? O Paraná cantava com o irmão dele... Chico Rei e Paraná. Então, ele cantou, gravou com Chico Rei e Paraná, com Chitãozinho e Xororó, com Teodoro, com Milionário e Zé Rico... Milionário e José Rico não tinha um peso maior, ele pegou o Milonário e Zé Rico e foi gravar lá dentro da Globo, no estúdio da Globo. Tem um especial bonito com o Milonário e José Rico... e ele canta! O rapazinho toca música, a sanfona maravilhosamente bem daquele jeito, quando ele toca música caipira, e canta bonito, alegre, dando risada, uma maravilha... eu gosto... de vez em quando eu vejo ele na internet. Eu procuro e fico vendo. É uma graça o menino. Mas vai me cantar aquela

horrível. Ainda bem que nunca mais emplacou nada, viu? Ele fica com a sanfoninha dele aí. Eu acho bonito.

W.: Então, era isso seu Lázaro...

L.: Só isso? Pô, tem tanta coisa... tô brincando.

W.: O que eu quero é isso mesmo, é saber como essas coisas ficam resistindo, apesar dessa massificação...

L.: Então, é... essa massificação, vamos falar do Marciano um pouco. Morreu recentemente, mas o Marciano é original de Bauru. Criado na zona rural, lá numa fazenda aqui perto de Bauru. Veio pra Bauru, mocinho novo, trabalhar de servente de pedreiro, aquelas coisas. Rapaz de roça. Analfabeto. Sem nem... nenhuma instrução nenhuma. Trabalhava aí pra sobreviver mal. Eu conheço amigos... esse irmão, dos irmãos... é... que vinham de Nogueira... Como é que chama o Sílvio? Bertolini. Irmãos Bertolini. Esse Bertolini emprestava roupa. Esse Bertolini era trabalhador, italianão, trabalhava na Antártica. Ganhava dinheiro, tinha emprego bom. Ele emprestava roupa pro Marciano ir no Circo. Eu ia no circo, às vezes, assistir. Então, o Marciano já era corrompido naquela época. Ele tinha... ele ia no circo com uma guitarrinha, bem mequetrefe defender o Iê-iê-iê (que era... que era a música urbana, música jovem da época). Cabeludo e tal, mas era cabelo de negro o dele. O cabelo dele era bem, bem... encaracolado, assim. E naquela época não tinha essa técnica de alisar o cabelo, como a que tem hoje. O cabelo fica quase natural, né? Quem despreza os cachos vai lá e fica liso. E naquela época não tinha isso, dava uma alisada feia, assim, esquisito, mas ia lá, fantasiado de branco... ele queria ser... ele negava aquelas origens dele... bem negro, ele é negro, né? E... ele ia no circo com uma guitarrinha e, aí, ia um outro caipira com a viola e fazia a disputa. Pra disputar o Iê-iê-iê com Lari-larai. Lari-Larai é uma... era um... inventaram o Lari-larai pra identificar o caipira. Pra contrapor ao Iê-iê-iê. Então, esse Lari-larai tinha música famosa... duplas famosas de São Paulo, caipira, dupla bem caipira... [interrompe: quer fechar ali?]. É... que fazia algum sucesso na época, que era dupla de Lari-Larai, que era o Jacó e Jacozinho, que eram aqui de Ourinhos... de Assis. Essa duplinha criou uma música chamada Lari-larai, que brigava com a mulher e tal, num dá certo eu com a minha mulher, eu sou do Lari-larai e ela é do Iê-iê-iê (falava Iê-iê-iê pra rimar com muiê). Então, ele que criou essa expressão Lari-larai, então, nós somos caipiras, nós somos lari-larai. E o pessoal colocava isso aí no circo: - fulano de tal defendendo o Lari-larai! E o Marciano, fulano de tal, defendendo o Iê-iê-iê.

E o Marciano com aquela guitarrinha cantando música do Antônio Marcos. Ele tinha uma voz, não cansava de imitar o Antônio Marcos. E, então... ele ganhava o sucessinho dele aqui em Bauru assim. Aí foi embora pra São Paulo, conheceu o tal de João Mineiro, que era dupla com o pai do Chitãozinho e Xororó, que... O pai do Chitãozinho e Xororó não deu certo, abandonou a carreira, voltou pro Paraná e criou a família no Paraná (de lá que veio Chitãozinho e Xororó, né?). E aí o Marciano foi pra São Paulo, chegou lá, encontrou o tal de João Mineiro, que era um mineirão velho, experiente, viu aquele moço novo, disposto a fazer aquele papel de... de... jovem, ali, Jovem-Guarda... música caipira-jovem-guarda... Gravaram o primeiro disco. E fez muito sucesso. Gravaram uma... o Marciano fez uma música que se você escutar, você vai falar: - hum, não tô entendendo nada... chamada Filha de Jesus. Foi o grande sucesso do Marciano. O primeiro sucesso. Um discão. Eu tinha, até pouco tempo aqui. Essa música fala que ele estava apaixonado por uma mulher bonita e não sei quê, não sei quê... e depois fala que a menina é filha de Jesus. Não sei de onde ele tirou aquela... foi tão... tão abstrata, tão moderna a letra, que acabou fazendo sucesso. E foi gravada em ritmo de Iê-iê-iê. Tem um rock! Com guitarra [imita o som da guitarra]. Tipo... parecia música d'Os Incríveis. E fez sucesso, foi... A música de trabalho do.. do disco. É aí que começou a ter essas músicas de trabalho, as músicas

que hoje falam, hoje, de faixa de trabalho, essas coisas. E deu sorte que nesse disco tem umas músicas do grande compositor Goiá. Que se a gente for... se a gente for gravar, fazer um disco... nossa! Tem... gravar um... fazer um livro, tem tanta história bonita pra contar, e o capítulo do Goiá dá um... livro sozinho. Só ele dá um livro. Ele fez uma música naquela época que chama Aurora do Mundo. Até hoje é sucesso, todo mundo canta aquela música, todo mundo grava. Eu escuto todo dia. Aurora do Mundo. Um arranjo bonito de violão, uma letra romântica... é... bonito, tudo bonito, perfeito! Do Goiá. Ele gravou essa música também nesse disco. E ficou conhecido [incompreensível], o primeiro a gravar essa música. Enfim, ele acabou tendo sorte, fez muito sucesso, aí engatou essa carreira que todo mundo conhece. Que acabou agora, há pouco tempo, com a morte precoce dele.

W.: Legal. Pra mim tá ótimo.

L.: Pode chamar os comerciais.

APÊNDICE – MAESTRO BADÊ

O Maestro Badê, cujo nome de batismo é Edvard Viotto, nasceu em Dois Córregos em 1940. Mas chegou à Bauru com dois anos e nunca mais saiu. Aliás, a casa onde mora, na rua Maestro Carlos Gomes é a mesma que seu pai comprou para a família aqui em Bauru. Sua experiência como músico e compositor em Bauru esconde seu passado como radialista. Além de tocar e fazer arranjos para músicos, conjuntos e orquestras nas emissoras de rádio e televisão, também comandou um programa de auditório. Ele gravou 11 CDs gravados (a maioria só para registro, ou seja, sem recolhimento dos direitos autorais), sendo que nos programas de rádio em que tocávamos suas composições, só usávamos 3. Além de conhecermos seu som desde crianças, ele nos concedeu uma entrevista e tocou ao vivo no programa Sem Palavras, parceria nossa com o coordenador do curso de música da Universidade Sagrado Coração, Cláudio Corradi, que explorava a música instrumental brasileira. O programa foi perdido, mas ficou no ar de 2008 a 2012. Há dois anos, por causa das sequelas de um AVC, teve muitas de suas atividades comprometidas (inclusive a fala). Mas a memória continua afiada, lembrando de nomes e sobrenomes, datas completas e acontecimentos relacionados a sua vida. A entrevista ocorreu no dia 19 de janeiro de 2020, com auxílio da sua filha, a cantora CeziraViotto. Eis a entrevista:

Wellington: bom, então, maestro, o que é eu queria primeiro do senhor? Era que o senhor contasse um pouco da sua trajetória; quantos anos... é... quando o senhor nasceu, em qual cidade. E aí, quando foi o envolvimento do senhor com a música. Aí, depois a gente fala especificamente do que o senhor lembra dessa musica aqui de Bauru... é... enfim, o que é que marcou o senhor nessas décadas, né? Especialmente, depois que o rádio a TV pararam de usar a mão-de-obra dos músicos da cidade e trocou todo mundo por disco, né?

Badê: é verdade.

Cezira: ele chegou a fazer programas de auditório, né, pai? No rádio na televisão...

W.: sim, isso está tudo registrado no livros, inclusive! [risos]

Badê: e as próprias emissoras de rádio tem...

C.: de televisão...

B.: de televisão. Os apresentadores, Tobias Ferreira, [incompreensível] Roberto Purini...

C.: o senhor tinha programa na rádio de madrugada, não tinha?

B.: É, tinha.

W.: o senhor também virou locutor, maestro?

B.: Fui também! [risos] Fui apresentador... a gente conhecia... eu sou dos anos 40. Nasci em Dois Córregos. Terra do Carlos... como é que chama o apresentador, lá?

C.: hum... não me recordo...

B.: Carlos... Nascimento. Nós somos conterrâneos. E...

C.: o senhor saiu pequenininho de lá, né? Saiu o bebê de lá. E aí foi pra?

B.: Pederneiras, fiquei um certo tempo em Pederneiras. Morei um certo tempo em Jaú e... eu sou da região aqui, né?

C.: o senhor veio pra Bauru em...

B.: [19]55.

W.: Legal. E já veio pra... pra rua Carlos Gomes?

B.: Já! Aqui!

W.: impressionante né? O maestro Carlos Gomes recebendo o maestro Badê!

B.: Interessante, né?

C.: é... meu pai partici... tinha um triozinho sertanejo quando o senhor era pequenininho, também.

B.: Quando era menino tive um bando carioca também

C.: E aí o senhor já era mais mocinho né?
 B.: não isso foi 57...
 C.: ...e aquelas fotos em que o senhor estava de bombacha?
 B.: 57, 58...
 C.: tinha aqueles sertanejos também, como é que eles chamam?
 B.: Craveiro e Cravinho.
 C.: Craveiro e Cravinho!
 W.: Craveiro e Cravinho!
 B.: Isso. estivermos juntos também nos anos 50.
 W.: a família deles continua por aqui...
 B.: César e Paulinho é filho dele...
 W.: ah, tá.
 B.: conhece essa dupla César e Paulinho?
 C.: São filhos deles?
 B.: filho do Craveiro, sobrinho do Cravinho.
 C.: e o senhor tinha quantos anos naquela foto, lé? Uns 8 anos, 9?
 B.: 13.
 C.: depois eles montaram o bando cariocas, todo vocalizado, né, pai? Em 57...eles montaram o bando cariocas que era todo em vozes.
 W.: ah, um coral? Tipo um...
 C.: tipo um MPB4...
 B.: um conjunto vocal. Como eram os Cariocas.
 W.: que legal! Maravilhoso.
 C.: aí foram convidados para gravar mas aí houve alguns problemas de um e de outro... e foi aí que foram convidados o...
 B.: convidaram o... qual dos...
 C.: nossa, nós estamos mal, hein?
 [Badê, Cezira e eu tentávamos lembrar do grupo Demônios da Garoa]
 C.: os velhinhos lá...que o Gota D'Água gravou tanto música deles... Nossa Senhora, hein? Ih, eles gravar bastante Adoniran...
 W.: Aqui de Bauru?
 C.: Não. De São Paulo,
 W.: ah, o... o... meu pai, agora me fugiu o nome! Que gravou o Trem das 11 horas...
 B.: isso mesmo.
 C.: É...nossa Senhora!
 B.: como é que chamavam?
 W.: nossa, gente, como é que se chamavam?
 B.: [canta o vocalise típico dos Demônios da Garoa]
 W.: isso mesmo!
 C.: os velhinhos... agora entrou os filhos, entrou...
 W.: já, é!
 C.: nossa Senhora! Eles estão sempre aqui em Bauru, né?
 W. sim, no Sesc.
 B.: já morreram quase todos... né?
 C.: o Osni sabe [marido dela]. Nossa eu tô com uma memória tão ruim...
 [risos]
 W.: até eu esqueci [comentários incompreensíveis]
 C.: enfim, era para ser o Bando Carioca pra gravar as músicas do Adoniran
 W.: que legal...
 C.: só que aí, um fico doente, outro...

B: teve um desentendimento do nosso empresário...

C.: com o líder do grupo, né?

B.: como é que chamava o velho lá?

C.: e aí, eles não gravaram. E esse grupo aí [Demônios da Garoa] que fez um sucessão nessa época...era pra ter sido eles.

W.: puxa vida!

C.: Essa é uma história que ninguém sabe... né, aí?

B.: É.

W.: que legal isso. Isso em que ano, maestro?

C.: 58 pai? ou 57?

B.: É, 57.

C.: É, porque o grupo começou em 57.

B.: é.

C.: eram em 4 ou em 5?

B.: 4.

C.: Eram quatro vozes...

W. puxa vida!

C.: só sambas...

B.: só samba.

C.:...de Ary Barroso...

B.: Bando Carioca, chamava

W.: e como é que conheceram o Adoniran nessa época, assim? Foi através de empresário?

B.: é os empresários nossos... o empresário Valdomiro de Oliveira fez contato, lá, com Adoniran e... [incompreensível]

C.: e como era tudo vocalizado, acho que era o que eles queriam, né? Porque esse conjunto que a gente não tá lembrando o nome era um conjunto vocalizado, né pai? Tudo em vozes.

B.: sim.

C.: Acho que eles queriam isso, né?

W.: entendi. Bacana.

C.: Mas aí o grupo acabou... não conseguiu...

W.: ... sim, se entender e... e acabou passando a chance para outro, é?

B.: como é que chama o grupo lá?

C.: vou perguntar pro Osni.

W.: nossa, eu esqueci...

B.: que coisa, né? Apaga... o tempo... o tempo é... você vê?

W.: nossa, toquei tanto isso!

B.: então...

W.: que coisa, esqueci completamente. Então, gozado que os cariocas também renovaram agora. Aí eles tiveram um problema com o nome, porque eu acho que um dos herdeiros não quis que usasse o nome... aí eles são... agora se chamam os quatro do rio...

B.: ah, é?

W.: mas um dos integrantes mais velhos continua... não, Quarteto do Rio! Quarteto do Rio. Então, eles continuam fazendo as mesmas músicas d'Os Cariocas... Mas, enfim, o senhor, depois desse período, quando o senhor entra em Rádio, Mais ou menos?

B.: Comecei no rádio em Bauru em...

C.: [voltando da conversa com o marido] nem ele lembra! [risos]

W.: daqui a pouco a gente lembra.

C.: aí, várias orquestras antes disso, né, pai? O senhor começou novinho, tocando acordeom...

B.: é. Eu toquei em todas as orquestras de Bauru. Orquestra Marajoara, orquestra Mauro

de Campos, Continental de Jaú, Orquestra Nelson de Tupã...Pedrini de Guararapes... toquei em todas nesses 50 anos. 50 anos foi o tempo suficiente para... para atuar em todas. W.: sabe que fizeram um livro sobre as orquestras do interior do Estado de São Paulo e Bauru... o autor não conseguiu informações, então...

[grita de fora Osni, o marido de Cezira] Demônios da Garoa!

W.: Demônios da Garoa! Olha só como é que a gente foi esquecer? [risos]

B.: Tinha também Os Anjos do Inferno, foram famosíssimos. Os Titulares do Ritmo, nossa! E tinha aquelas moças também, como é que chamava a...

C.: não é do Quarteto em Cy, não?

B.: É do Quarteto em Cy!

C.: Mas tinha aquele Trio Esperança...

B.: Trio Esperança.

C.: era tudo nesse esquema...

B.: sim!

C.: que eles também tiveram o Bando Carioca...

B.: tinha o Trio Nagô. Naquele tempo a moda era essa.

W.: legal.

C.: aí o senhor vem embora, casou também né? Aí o senhor já foi trabalhar na rádio.

B.: é...

C.: já trabalhava e continuou.

B.: Trabalhei na rádio Auriverde até 68 e trabalhei na televisão até 70.

C.: o senhor começou na rádio... a rádio quando começou o senhor já...

B.: é, eu fui contratado pela rádio quando inaugurou. Quando inauguraram a rádio Auriverde.

W.: Em 56 isso?

B.: 56, dia 7 de setembro. Eu tenho...

W.: que legal.

C.: e a TV?

B.: agosto de 69.

C.: o senhor trabalhou até 69?

B.: não, até 70.

C.: mas e os programas de auditório que o senhor fazia? Que ano que foi? o Adilson Godoy trabalhava aí? Amilton? Que eles tocavam aqui e foram embora e o senhor entrou no lugar deles... que ano que foi isso?

B.: 69.

[incompreensível]

W.: e como era esse trabalho no rádio e na TV?

B.: no rádio anunciava-se o programa a semana inteira.

C.: quem eram os apresentadores?

B.: Os apresentadores? Alonso Campoi, conheceu?

W.: conheci.

B.: morreu, né?

C.: o senhor era apresentador também?

B.: O Roberto Purini... o Sérgio Calmon. Trabalhei com todos os nomes.

W.: o Purini tá por aí, ainda. O Campoi morreu?

C. e B.: morreu.

B.: Você vê? O tempo vai passando... e você não sabe do decorrer da história...

[incompreensível]

C.: e o senhor apresentava que tipo de programa? Que tipo de música?

B.: Eu não apresentava, eu acompanhava os calouros que...

C.: ah, mas o senhor teve um programa que o senhor apresentou. Que o senhor apresentava de madrugada. Não tinha, na rádio?

B.: ah, um programa de música antiga...

W.: e o que é que tocava, como música antiga?

C.: que tipo de música o que senhor botava pra tocar na rádio?

B.: música brasileira. Orlando Silva, Nelson Gonçalves... o que mais?

C.: E o senhor tinha seus próprios conjuntos, né? Nos anos 70 tinha o Psico Som...

B.: ah, sim! E tive muito conjunto de baile também, né?

W.: ah, sim!

B.: eu trabalhava na rádio, mas tinha conjunto de baile. A gente tocava todos os estilos, né?

C.: na época Beatles, Chicago...

B.: tudo isso aí...

C.: música brasileira, né? Bailes... tinha agenda cheia o ano todo. E, depois, em 75 que o Psico Som, alguns se dispersaram, montaram outras bandas... aí meu pai montou a banda Modelo 7.

B.: vai mudando... cada época um conjunto, outro nome...

C.: É, a banda Modelo 7 também! Era bem... bem famosa. [incompreensível] Tocava na época tudo o que saía. Simone, Gil, começo dos 80, né, pai?

B.: é...

C.: Foi uma explosão. Só tocava música da época. Rita Lee, quando o John Lennon morreu, em 80, não é isso? [incompreensível], música dos Beatles... fazia os bailes aqui.

B.: No clube da Luso nós tocamos 3 anos, toda sexta-feira.

C.: É, ininterruptamente, todo sábado... serestas...

B.: na Gávea Musical também... era uma outra casa...

C.: Gávea música era outra casa noturna na Duque [avenida Duque de Caxias]. E durou aí, 3 anos, né, aí? Tocando todo sábado eles tocavam.

B.: Tocava toda sexta, sábado e domingo.

C.: só músico bom, trompete...

B.: orquestra...

C.: trombone, saxofone, 3 cantores, baixo, teclado, tumbadora, baterista... era uma orquestra e tudo arranjado por meu pai. Escrito, [incompreensível], os naipes dos instrumentos de sopros... na época bombava Simone, [incompreensível], Gil, enfim... e era noitadas... eu cheguei a curtir. [risos]

W.: É!?

C.: eu tô ajudando... lembrando, tá?

W.: sim, sim.

B.: 55... 55, 60 anos, né? 60 anos, tem que ter história.

C.: o senhor começou a tocar com uns 10... assim, em circo... meu avô que carregava o acordeom pra ele. Ele sapateava...

W.: puxa, era um showman, então!

C.: eles contam que ele fazia show com sapateado, tocava, cantava, então, ele tem 70 anos de... começou a tocar com o cavaquinho, né? do Vô Viotto. O pai dele deu um cavaquinho, gostou, aí comprou um acordeom e já conseguiu sair tocando...

B.: Ô!

C.: aí teve, né? Uns ensinamentos... com quem o senhor aprendeu, assim, teve os primeiros... lá em Pederneiras?

B.: não, na verdade o que eu tive foram algumas dicas...

C.: Mas saiu tocando? Meu avô contava que ele saiu tocando.

W.: que coisa! E não houve nenhuma pressão, assim? Ou era só estímulo mesmo?

B.: não.
 C.: o único músico dos irmãos, da família, é meu pai.
 W.: então, o senhor tinha estímulo, né? O que era uma coisa rara pra época!
 B.: o meu pai que foi... foi... teve um dom de Deus.
 C.: o vô tocava violão também, né?
 B.: tocava e cantava.
 W.: que tipo de música ele tocava?
 B.: músicas brasileiras.
 W.: sim!
 C.: acho que sertanejas, naquela época, né? Meu avô é do começo do século, foi mais essas...
 W.: o senhor lembra de nomes assim, que ele cantava? Que tipos de artistas?
 B.: ele cantava músicas de Paraguassu, já ouviu falar?
 W.: não, nunca ouvi falar...
 B.: Paraguassu, famoso Paraguassu.
 C.: mas quem que é?
 W.: ah, o músico Paraguassu!
 B.: é, o cantor. Já morreu, já.
 C.: mas o que é que ele cantava? Samba, o que é que era?
 B.: cantava músicas do país...
 C.: de raiz? Músicas de raiz?
 B.: é...
 C.: meu avô... também, quando meu pai começou a tocar, ele ficou... motivou demais!
 W.: que coisa boa!
 B.: minha família toda não acreditava em mim.
 C.: era o orgulho. Meu pai era o orgulho do meu avô, sabe? Era o caçula...
 B.: comecei a tocar era menininho assim, com 10 anos, que pegava o acordeom que...
 W.: devia ser pesadíssimo!
 B.: Nossa! Oh, mas eu queria tocar acordeom um dia e pá, pá... [como quem treinasse muito]. É verdade!
 C.: uma vez quem falou do senhor foi o Sivuca, né?
 B.: É.
 C.: ele viu meu pai tocar e elogiou. Foi em algum programa, né?
 B.: É.
 C.: Mas depois o senhor passou pro piano, né? Aqui na TV...
 B.: depois eu queria muito estudar o piano. [incompreensível]. Aí eu aprendi.
 W.: Isso em que época que senhor começou a estudar o piano?
 B.: O piano? Em 58.
 W.: 58.
 C.: Aí teve a explosão da Bossa Nova, né?
 B.: É... em 58 começou a Bossa Nova... e ontem morreu o Luiz Vieira...
 W.: Pois é...
 B.: [canta] você é isso, uma beleza imensa... um amor sem fim... Coitadinho!
 W.: tadinho... como é que o senhor percebeu a chegada da Bossa Nova aqui em Bauru? O pessoal não recebeu muito bem, como é que foi? Só os músicos que receberam?
 B.: quando começou a Bossa Nova? Uma explosão no rádio! Rádio brasileiro! [canta] Vai minha tristeza... João Gilberto cantando, maravilhoso. Era isso aí o dia inteiro.
 W.: que legal.
 B.: Nossa, foi uma beleza a Bossa Nova... e depois apareceu o João Gilberto cantando a Bossa Nova, explodiu, né? Como é que chama aquela morena?

W.: A Elizeth?

B.: Elizeth! Gravou isso aí também. [canta novamente]. Foi ela que gravou a primeira vez.

W.: sim.

B.: Depois veio [incompreensível]... a Elis... veio toda uma...

W.: a Elis chegou a se apresentar aqui? Na TV, na rádio?

C.: acho que não, né, pai?

B.: Veio uma vez lá... veio uma duas ou três vezes... ela e o...

W.: o César?

B.: o César.

C.: O César? Já é dos anos 70... porque a Elis Regina também é do... do Godoy, né?

B.: Não...

C.: É. A Claudinha Chimbo conta que ela esteve aqui também... ela era muito amiga deles. Cantava e tocava com eles. Eu não me lembro... Ela veio antes, então?

B.: veio e participou de um show no Sesi. Não lá, onde vocês estão pensando, era lá no...

C.: era em outro lugar?

B.: É... lá do lado da faculdade de direito, não tem aquela escola grande ali? Como é que chama?

W.: Alfredo Castilho?

C.: Não... é a escola... é... como é que chama aquela escola?

W.: ah, onde é a secretaria de Educação, hoje?

B.: Isso.

C.: É? Não sei, em frente à ITE, ali. Um pouquinho mais pra frente da ITE.

B.: era ali!

W.: ah, legal. Ela se apresentou ali, então?

B.: numa das vezes foi ali.

W.: deve ter sido um espetáculo, né?

B.: nossa! A Elis era uma... era um...

C.: depois meu pai montou o... quarteto. Que foi até a pouco tempo. Badê Quarteto Show: trompete [incompreensível].

W.: Isso em que ano?

C.: 86, né, pai? 85...

B.: Por aí...

C.: porque quando o Ged casou já era né? 86, né? De 82 era a banda que o senhor tocava lá no Gávea... e depois ele montou o quarteto. Que era meu irmão no trompete, Adriano na bateria, ele no teclado e o cantor, que passou vários: Paulo Keller, Mauro Santos que é engajado com escola de samba, aí...

W.: esse eu não conheço. Mauro Santos.

C.: Mauro Santos... e... aí, depois que o cantor saiu, entrou eu.

W.: ah! E como é que o senhor via a música na década de 70 aqui em Bauru? A produção local. Quem eram seus colegas de trabalho?

B.: Ah, naquele tempo era bem fraco, né?

W.: É?

B.: Não tinha tantos músicos...

C.: não tinha tantos músicos, né, pai? Como hoje. Acho que conjunto mesmo, eram só os do senhor... quem mais? Porque meu pai tinha o Psico Som. Do Psico Som, alguns os que saíram do Psico Som montaram a banda Estilo A. Que entrou o Felício, tecladista, na época. Depois que o Felício se sobressaiu sozinho... começou a fazer festas, né? Isso foi lá pro final dos anos 70. Mas no início dos anos 70...

B.: O Felício tá no Amazonas...

C.: É, hoje... mas depois, no início dos anos 70, quem tocava em casamentos, festas...

B.: eu nunca saí daqui. Nunca.

C.: É... meu tinha agenda fechada, né, pai? Pra tocar em igrejas... meu pai, tocava todo final de semana, todo, todo dia... trabalhava de segunda a segunda.

B.: eu tenho um chumaço de agendas que eu tenho aí... 30 anos de agenda. Lotada.

C.: com a chegada da discoteca, também atrapalhou bastante.

W.: ah, sim. Isso no final dos 70?

C.: Isso.

B.: teve mudança...

C.: 77, 78, já teve uma queda, né, pai? Porque aí veio a Disco, né? Eu lembro disso... era difícil bandas... Mas ele nunca parou.

W.: E os anos 80? O que prevalecia nos anos 80? Depois dessa fase?

C.: Música ou banda?

W.: músicos, bandas de Bauru.

B.: pagode, né?

C.: não, 80 ainda não. Foi 90, Pagode. 80, 80 teve a lambada... mas meu pai nunca parou com banda. Ele sempre teve banda. Com ou sem música eletrônica ele insistiu. Tanto que... é... a Psico Som foi até 75. Em 75 ele montou a Modelo 7. Então, nunca atingiu o meu pai, assim... [incompreensível] ele continuou tocando, tocava em festas, bailes, né? É... nos anos 80 também, o senhor teve a banda Modelo 7, que tocava nas casas noturnas. E essa explosão de música popular brasileira que foi... é... Gilberto Gil, né? O disco do Realce, lá. A Rita Lee... todas essas músicas que ... [canta] meu bem você me dá... toda essa era uma explosão. Simone!

W.: e aqui em Bauru? Como é que era isso?

C.: então, o público... [incompreensível] tanto é que as casas noturnas lotavam. Tinham várias casas noturnas, né? Ó, tinha Gávea Musical, tinha Estação Primeira, Estação Primeira, né, que chamava?

B.: sim.

C.: Foram tantas que nem eu me lembro. Eu me lembro as que meu pai tocou muitos anos. Gávea Musical foi uns 4 anos.

B.: eram 4, 5 horas [incompreensível]. Fervia!

W.: que legal!

C.: Estação Primeira era aqui embaixo, né? Perto da Feira do Rolo ali... Pedrinho... Pedrinho era quem abriu o Chaplin, nos anos 90...

B.: isso aí já era da época do menino aí...

W.: não... [risos]

C.: não, ele é mais jovem... ele abria várias casas noturnas pra esse tipo de música. Pra conjuntos, pra explorar o quê? A música brasileira.

W.: que legal!

C.: incluindo todo o... o samba, samba-canção, o bolero, Fox... né, pai? Era um... baile, era um baile.

W.: como era o nome do empresário?

C.: eu só o conhecia como Pedrinho. Pedrinho. Não sei nome dele...

B.: Pedro... Rosler...

C.: Roser?

B.: Rosler.

C.: Rosler. Pedro Rosler.

B.: esse é bem recente!

C.: não, ele atuou na noite nos anos 80, 90. Que o Chaplin foi ali na Duque. Que estava... música sertaneja.

B.: Esses eram os chamados atravessadores.

W.: é, atravessadores [risos].

C.: É, esses eram donos de casas noturnas, lógico! Mas o Chaplin lotava. Meu pai chegou a tocar lá também e ficava abarrotado. Mas o que é que estava predominando? Música sertaneja. Chitão, é...

W.: Leandro e Leonardo...

C.: Leandro e Leonardo, Zezé de Camargo e, aí, começou os Pagodes também. O Tchan... você ia nas casas noturnas, era isso aí que tocava.

W.: que ótimo, né?

B.: Leandro e Leonardo...

C.: já você não ouvia mais música popular brasileira...

B.: atrapalharam a música popular brasileira... música caipira...

C.: Gilberto Gil... você não ouvia mais. Anos 90 era isso aí, né, pai?

B.: é.

C.: que não era muito a praia do meu pai.

B.: não, nossa praia era a música popular brasileira.

C.: a gente até tocava música sertaneja, mas não era o foco da banda.

W.: mas eu fiquei espantado de ter músicos tocando, não é? Que não é uma coisa que se acha mais.

C.: nos anos 90 começou muito o quê? As pessoas tocarem através de disquete, né?

W.: sim...

C.: na verdade não tocavam muito. Deixavam o teclado tocando, o que tem muito hoje. Isso começou a surgir bastante. Aí caiu muito as bandas. Só duplas... teclados...

B.: música eletrônica, teclado que tocava sozinho...

C.: computador, né? Isso também atrapalhou muito as bandas. O dono de bar contratava o que era de menor custo. Mas meu pai sempre sobreviveu, né, pai?

B.: Quando queriam música ao vivo, tocar, tocar mesmo, aí me chamavam.

C.: Isso sem dizer os artistas que o senhor acompanhou, né? Vamos lá, lembra aí.

B.: Todos que vieram de São Paulo...

C.: Esse que morreu aí agora... recente, aquele que as mulheres rasgavam a roupa dele... o Cauby Peixoto... o Roberto Carlos o senhor chegou a acompanhar bem no comecinho, ele tava começando ainda, não tinha tanta fama.

B.: não, não tinha tanta fama. Todos. Acompanhei quase todos. A não ser alguns que não deu tempo, né? Que morreram antes do tempo.

C.: quando tinha a FIBAR aqui, também não era do seu tempo?

W.: Não.

C.: nos anos 70 tinha a exposição aqui em Bauru, tipo a Expo, que se chamava FIBAR. Eu não sabia o que significava... feira...

B.: Feira Industrial de Bauru.

C.: É. FIBAR. E vinha artistas. Em 76, é o que eu me lembro, foi ali no Pagani, o palco ocupava uma área ali...

B.: lotava, umas 40 mil pessoas.

C.: Veio o Benito de Paula... quem abria as noites era a banda do meu pai. Era a Psico Som? Era já a banda Modelo 7, né?

B.: sim.

C.: isso, era Robertinho e tudo mais. Então, a banda Modelo 7 abria a noite. Aí os artistas se apresentavam. O Benito de Paula quem acompanhou no piano no show, porque ele queria cantar, foi meu pai. Tocou piano em Charlie Brown, né, pai? Veio a Clara Nunes. E outros mais que eu não lembro. Era uma feira famosa. Só vinha artistas bons da época. Ah, é tanta coisa, né, pai?

B.: é...

C.: tem que lembrar, tem que ir lembrando. Meu irmão tem uma memória melhor.

W.: mas me surpreende porque a gente pensa assim: o músico de Bauru de uma certa forma estava nos meios de comunicação, aí param, mas nos bares essa tradição continuou muito tempo, então?

B.: ah, continuou!

W.: que legal. Ter uma ideia de uma noite de música ao vivo é muito legal!

C.: porque os programas de auditório acabaram nas rádios.

B.: ah, música no rádio faz tempo...

C.: que acabou, né?

B.: A emissora de rádio parou de funcionar dessa forma. As emissoras continuaram só com os apresentadores, quietinhos, lá, só falando bláblá.. e disco. Não teve mais programa de auditório onde o público participava diretamente, né?

C.: e lotava os auditórios?

B.: ih, nossa! No da rádio Auriverde, por exemplo, era na rua Primeiro de Agosto, quase em frente ao bar, do lado da Drogadada, quase em frente ao bar Cristal.

C.: vixe, aí o senhor precisa... porque eu não conheci nenhum.

B.: chegava o dia do programa o povo vinha todo ali. E pagava entrada, hein?

W.: ah, e pagava a entrada!

C.: e o senhor conheceu a mãe em um desses programas.

B.: pois é.

W.: que legal!

B.: E aí casei com ela! Ela viveu comigo 55 anos e já morreu.

C.: é, mas eles se conheceram bem juvenzinhos. Minha mãe ia assistir aos programas e eles se conheceram num desses programas.

W.: é muito legal isso.

C.: E meu pai não só viveu de música. Ele também foi funcionário público.

B.: Depois meu pai vendo o aperto, a periculosidade do tempo que passava... o tempo passava e a gente só tocando, tocando e não ganhava nada!

C.: é, o músico pra ganhar dinheiro é difícil. Se for só viver de música...

B.: meu pai começou a batalhar um emprego. E eu não sabia. Aí, um dia ele chega em casa e diz: - arrumei um emprego pra você. Vai ser chamado tal época. Ah, vou, né? Vou porque, também, não ganhava nada. Aí comecei a trabalhar nesse emprego que ele arrumou e comecei a ganhar, né?

W.: e onde é que era?

C. e B. : Na CEAGESP.

W.: ah, na CEAGESP também?

B.: Aí comecei a trabalhar na CEAGESP...

C.: aposentou...

B.: trabalhava de dia e tocava de noite, na rádio, nos bailes, no mundo lá fora.

W.: que disposição, hein?

C.: e fazia faculdade de direito!

W.: nossa, o senhor não dormia.

B. e C.: não.

C.: A vida do meu pai... dormiu muito pouco. Eu falo que a saúde dele é até boa, porque ele era de segunda a segunda. Ele tocava todos os dias.

W.: que loucura!

C.: ele saía da faculdade e ia tocar. De sábado trabalhava de manhã e viajava. Porque ele viajava muito... pra fazer bailes.

B.: ia tocar em Santos...

C.: uma vez a perua carregada de equipamentos tombou, quase morre todo mundo.

B.: tombou no Paraná... caiu num buraco... a sorte que não morreu ninguém.

W.: e os aparelhos? Ficaram inteiros?

B.: Alguns.

W.: Fizeram a excursão no Paraná 1 mês. Na época foi final de 82, né? 81, 82... e tava no auge essa música brasileira que era Simone, Rita Lee, que o repertório deles era riquíssimo. Chegou lá, o que tocava, pai? Vaneirão. E não tinha no repertório. Aí, meu pai, com a experiência que ele tinha, escreveu um monte de Vaneirão pros sopros tocarem e compôs um monte de Vaneirão [risos]...

B.: foi a salvação!

C.: e chegou lá, aqueles palcos de madeira, aquelas coisas de louco, só via carroça na cidade.

B.: e briga e tiro! No Paraná... violência extrema.

C.: aquela época, começo dos anos 80... porque eles saíram daqui com o pensamento do que tocava aqui. Mas lá...

W.: porque Bauru é uma cidade diferente, no meio do Estado.

B.: Bauru é chique, rapaz!

C.: Bauru sempre teve boa música e bons músicos...

B.: e bom comportamento. E Bauru chegou a ter coisas perigosas, hein?

C.: Bauru sempre foi uma cidade de aceitação de coisa boa.

B.: E aquele bando do Coruja?

C.: nos 50 tinha o bando da Coruja, é isso? Eram marginais, que atacavam de madrugada.

B.: matavam!

W.: que coisa...

B.: você nunca pesquisou sobre isso?

W.: não, nunca soube.

B.: Pesquisa sobre isso, tá cheio... ainda tem...

C.: não, agora já morreram todos. Mas é que eles tinham medo de sair de madrugada e ser atacados.

B.: no tempo dos fugitivos do Getúlio Vargas, nos 30, 40, nossa! O batalhão de Caçadores batia em gente aqui na rua. Vrap! Com uns espadões desse tamanho! Eu cheguei a ver... era molecote, mas vi.

W.: O senhor já chegou a saber por exemplo daquelas casas de diversão adultas, que tinha aqui no centro da cidade, lá na Presidente Kennedy quando elas saíram dali?

B. e C.: a zona do meretrício?

W.: É. O senhor chegou a tocar lá? tinha música lá? Como é que funcionava?

B.: Ô! Toquei na Eny, toquei na Antônia. E toquei numa boate. A boate se chamava a boate Calypso.

C.: E era também zona de meretrício?

B.: Ô! Era controlado por mulheres que moravam na zona. As meretrizes né?

W.: é que a gente lê e eles não falam dos músicos que estavam envolvidos...

B.: ah, é... naquele tempo lá... se falasse daquele tempo lá...

C.: Quem chegou a tocar com o senhor nesses lugares? Quem eram os músicos da época?

B.: Era o Tarzan trompete. Fernandão, Fernando Machado, que tocava baixo, guitarra... Manuel...

C.: quem?

B.: Manuelzinho, que esteve em casa outro dia... famoso Manuel Conhaque tocava guitarra. Dionísio...enfim, diversos músicos de Bauru. Foi acabando, né?Essa leva de músicos foi se dissipando. E apareceram esses músicos mais atuais... Os moleques de agora que não sabem nada.Não conseguem tocar nada.

C.: O meu pai foi um músico que os amigos de anos atrás, meio que pararam no tempo. Naquelas músicas é... e meu pai não. Meu pai foi Além. Foi para o jazz. Então, meu pai sempre se enturmou muito. Com a moçada nova. Quando Ele montou a Bauru Jazz band? A moçada nova, os [irmãos] Dabus... Então, ele sempre conseguiu se enturmar.Ele foi envelhecendo, mas a música sempre atual, entendeu? Muitos dos amigos ficaram lá para trás.

B.: Sabe que esses dias morreu o Beto Sassi? Você conheceu o Beto Sassi?

W.:Não.

C.: Beto Sassi foi baterista...

B.: Ele montou a Casa do Falante.

C.: Era engajado também escola de samba.Masa maioria dos músicos mais antigos que eu estou falando, o Dionísio, esse Manoel ficaram parado no tempo.Então, meu pai não ele foi se aperfeiçoando como músico de jazz.

B.: Mas depois que a zona do meretrício Saiu aqui da Costa Ribeiro.Que foi lá para Rua Estados Unidos, vamos dizer, lá para o meio do mato, né?

C.: Lá perto do Country Club, né? Não sei se você conheceu o Country.

W.:conheci.

B.: Aí acabou tudo.Acabou tudo até o ponto de fechar tudo.

C.: E a cidade também já foi crescendo, né?

B.: é.foi empurrando...

W.: os políticos que fizeram isso aí, né?

B.: E foi um desespero para cidade também. Por que a juventude, a rapaziada, não tinha carro para ir lána zona do meretrício, onde moravam as mulheres.Mas depois foi mudando, assentando.Agora lá é tudo cidade.

W.: Sim. Ninguém fala.

C.: Agora não tem mais zona, né?

W.: Não tem.

B.: Agora a zona do meretrício...é a cidade agora.

C.: Que era um ponto em que os músicos ganhavam dinheiro também né? Não ganhava?

B.: Ô!

C.: ganhava bem, a Eny pagava bem?

B.: ô!

C.: Eles falavam que era muito chique lá.

B.: A Eny era que é melhor pagava. A casa mais chique de Bauru. Era frequentada por usineiros, produtores de Açúcar. Nossa, eles chegavam fechar a casa e ficavam entre eles ali uma semana. Ali rolava um dinheiro que ninguém...

W.:Pessoal bem disposto.

B.: É. A zona do meretrício sempre foi uma fonte de renda.

C.: Ou seja, meu pai tocou em todos os lugares.

B.: Quem diria que eu passei por isso, né?

C.: uma experiência!

W. Não, hoje em dia não tem mais problema em falar.Antigamenteé que tinha...

B.: E outra, eu era solteiro e mocinho!

C.: é uma História bonita, né? Uma pessoa que viveu.

W.:E a história dos discos como é que o senhor começou a gravar discos?Eu por exemplo já toquei dois discos do Senhor em rádio.

B.: É?

W.: da Bauru jazz band E o Standard jazz.

B.: Todas produções independentes.

W.: Mas foram os únicos discos?

C.: O da Bauru Jazz Band foi feito para comercializar. Então foram recolhidos todos os direitos autorais. E nasceu como disco? Ele montou a banda. E como ficou uma coisa muito bonita, ele disse: - vamos registrar.

W.: Isso em que ano?

C.: 94, né, pai? Que começou a grava...

B.: É.

W.: Você tem o disco da Bauru Jazz Band?

W.: tenho.

C.: em 94 eles começaram a gravar. Mas a banda também não tinha onde tocar. O jazz não é bem, tão bem recebido. Uma banda muito grande, então o custo era alto, ninguém pagava... foi por aí.

B.: A gente faz as coisas sem analisar a profundidade do acontecimento... [faz] como vê!

C.: e na verdade, nem foi montado com a intenção de ganhar dinheiro.

B.: pois é, menina!

C.: reuniu-se vários músicos que são amante de jazz

B.: Se ganhasse alguma coisa não dava muito.

C.: Né, pai? Juntou essa moçada que era amante de jazz com meu pai, meu pai fez todos os arranjos aqui nesse cantinho. Aqui que nasceu todos os arranjos. As composições... as composições que ele tem em infinidade, né? O Standard Jazz que você tem, com músicas autorais, é de uma infinidade de composições que ele tem. E ele pegou algumas para registrar. Nós Montamos o Bossa Viva. Você tem um Bossa Viva, não?

W.: Não... esse não.

C.: Montamos o Bossa Viva só Bossa Nova, em três vozes.

W.: legal!

C.: Quando a Bossa Nova fez 40 anos.

B.: Você não tem um CD do Bossa Viva pra dar pra ele?

W.: obrigado!

C.: a Bossa Nova fez 40 anos, meu pai fez os arranjos locais.

B.: meus arranjos.

C.: Os arranjos instrumentais e nós gravamos um CD. Eu a Martinha Ferraz e a Patricia Nabeiro. A Patricia Nabeiro, conhece?

W.: conheço!

C.: A Pati cantou muito tempo com a gente. Em São Paulo agora, né?

W.: Ela tá aqui em Bauru?

C.: Não, mas ela vem sempre. Ela tá mais agora, vindo mais.

W.: Ela gravou um disco agora, né?

C.: gravou agora o Entre Nós. [incompreensível]. Aí meu pai montou todos os arranjos, nós ensaiamos e ficou bonito. Nós fizemos vários shows para comemorar. E ficou tão bonito e uma coisa tão difícil. Porque foram uns oito meses de ensaio. Porque eu não leio música para cantar e nenhuma delas também. E aí você está acostumado a cantar a Garota de Ipanema é uma melodia. E aí ele dá as 3 vozes, a gente ensaiava e ninguém pegava. Juntava para... para cantar as três juntas era muito difícil, foi um trabalho árduo. De querer desistir sabe? Mas, não. Não desistimos! Aí ficou tão bonito que meu pai queria registrar. Queria registrar um CD. Foi quando entramos no estúdio e registramos, são 22 bossas novas.

W.: Que legal!

C.: nós recolhemos todos os direitos autorais e vendemos mais de 1.000 cópias.

W.: Que legal.

C.: A gente lotava todas as casas. Era uma banda tinha trompete, tinha flauta, baixo, bateria, metais...

B.: mas a base era vocal!

C.: Mas a base era vocal. Mas era um show caro também. E nós fizemos um show na Cervejaria dos Monges que foi um sucesso.

W.: Que legal.

C.: Foi muito bonito. O Pessoal aplaudiu em pé, né? Foi muito legal. Então, meu pai registrou essas coisas bonitas, né? Tudo arranjado por ele. Escrito aqui nessa mesa, ele fazia os arranjos.

B.: Vai pegar os Cedezinhas lá para ele.

C.: Vou pegar. E o meu pai também. gravou vários discos.

W.: participações?

C.: não, para ele. Ele gravou muito acordeom. Porque não tinha nada gravado na época

era difícil. Então, ele gravou bastante... valsas contemporâneas. Valsas antigas... Beatles tem um CD só The Beatles, né pai? Mas aí com teclado. Tem um de forró com acordeom. Então foi feito para registrar ele tocando acordeom, não para vender, não para comercializar.

W.: Entendi.

C.: Tem vários, eu vou pegar para você!

W.: ai que legal. Maestro agora a gente estava falando das suas composições. Eu me lembrei que há vários registros de outros maestros na cidade. O senhor conheceu algum deles? Como por exemplo o Barbieri? E outros que o pessoal fala que eu nunca vi nem ouvi nada. A gente lê e sabe que havia outros na década de 30.

B.: Esse pessoal da década de 30, 20, eu não conheci muito. Eu cheguei aqui bem depois.

W.: E eles não estavam em atividade nesse período?

B.: não lembro, rapaz. Não cheguei a conhecer o Barbieri... o Mauro de Campos. Não cheguei a conhecer. Bauru já é Centenária, né?

W.: já, já... é que se eu não me engano eles morreram na década de 70. Mas é só uma curiosidade. Porque eu li em algum lugar que o Barbieri, por exemplo, deixou mais de 100, 200 composições. E aí eu acho que a família não deu continuidade.

B.: Se a família não deu continuidade o nome apaga, né?

W.: Apaga, né? Que pena. Que nem dizia o Tom Jobim, “longa é a arte, tão breve a vida”.

B.: Tom Jobim, se a família não tomar cuidado, fica apagado. E é um monstro do país, né? Que é o dono de composições famosíssimas, né? Como o Samba de Uma Nota Só... [canta] Eis Aqui este sambinha... o cara tem um Cabedal potente, né?

W.: Potente! Internacional já, né?

B.: Internacional! [canta] Vai minha tristeza e diz a ela.

W.: Nossa quantos CDs!

C.: Esses aqui são os que eu falei para você que o meu pai gravou não para comercializar, que não foi recolhido os direitos autorais, só para registrar ele tocando, tá? Com acordeom... Xaxado...

W.: olha os vaneirões, aí!

C.: chorinho... as valsas... aqui são sambas e chorinhos de autoria dele. Não sei se você tem esse.

W.: Não... Aliás isso aqui as rádios tinham?

B. e C.: Acho que não. Você tem...

W.: Eu aqui eu já vi. Eu tenho este.

C.: Só com composições dele.

W.:Este...

C.:aqui uns Standard de jazz.

W.:E esse aqui eu já vi em rádio. Mas os outros não.

C.: Sim, esses a gente não distribuiu porque a gente não recolheu os direitos. Nesses aqui ele é que faz o baixo. Ele que faz a bateria eletrônica que a gente tem. Então, não foi banda tocando.Esse aqui foi um registro do meu pai tocando acordeom, as valsas que você nem ouve hoje, né?Então,tá aí para você tocar nas rádios! Aqui são chorinhos do meu pai, lindos demais!

W.: puxa vida!

C.: só dele.

W.:Podia levar isso aqui para rádio Unesp, né?

C.: é presente, todos estes!

W.:Nossa obrigado. Vou levar mesmo.

C.: Eu tô procurando dos Beatles. Que o senhor gravou só Beatles não tô achando.

W.: muito obrigado mesmo!

C.: Então esse aqui que a gente gravou e o que é só de autoria do meu pai, foi gravado junto com esse... esse tem banda, tem a banda e tudo, né, pai? O mesmo pessoal que gravou esse, gravou esse.

W. que legal.

C.: Só que eu não sei porque que este não foi para as rádios.

W.: Eu não me lembro.

C.: Eu acho até que deve ter viú?

W.: é que eu trabalhei muito tempo na rádio Unesp e eu conhecia bem o CDs, assim. Esses três sim.

C.: Esse a gente fez para comercializar. Esses você pode tocar na boa porque tá tudo

recolhido os direitos autorais. Agora, com esses, não dava para gente recolher é muito caro. Esse aqui eu tive que ir atrás de tudo, é caríssimo.

Nós gastamos mais de 10 mil reais só em direitos autorais. Né, pai? O Bossa Viva? Esse aqui também foi assim. Algumas não foi obrigatório e eu tive que entrar em contato. Pedir presente é um trabalho...

W.: eu imagino...

C.: muito, muito trabalhoso. E aqui, alguns, como Tom Jobim e Vinícius de Moraes... é... alguns, que você pode tirar mil cópias só. Outros como o samba de verão. Como é que chama? O Marcos Valle, o dele é 5000 cópias. Dá direito àquilo que você pagou a 5 mil cópias. Como você vai tirar 5.000 cópias se tem músicas aqui que só dá direito a mil? Então mil era o número, um mínimo. Então a gente tirou mil cópias e vendeu, praticamente, tudo.

W.: puxa vida!

C.: Dentre os presentes e tudo mais. Foi muito legal.

W.: Esse CD eu toquei muito num programa chamado Jazz in concert.

da Unesp...

B.: ah, é?

W.: a gente tocava bastante.

C.: Você não está mais lá?

W.: Não. Fui para outra área da Unesp agora. A Unesp está de um jeito meio estranho, eu tive que começar a pedir desculpas aos ouvintes porque não tocava as músicas...

C.: Eu ouvi bastante você lá. Nem sabia que você era filho da Regina.

W.: Ah é! Foi minha mãe que falou de vocês para mim.

C.: Vira e Mexe eu venho voltando do almoço e fico ouvindo a Bauru Jazz Band, meio-dia, meio-dia e pouco. Vira e Mexe eu ouço o Standard Jazz, é incrível! Às vezes eu ligo e tá tocando, eu já sei que é meu pai.

W.: Ah, que legal! Esse aqui bastante na Veritas também... esses dois. Esse aqui não tinha lá, só na Unesp que eu me lembro. Mas, nossa, isso tudo é uma preciosidade.

C.: Esses dois são de autoria e os outros... porque é assim, a qualidade de gravação... Também é por isso.... Não é aquelas coisas. Foi gravado no estúdio, legal. Mas não é aquelas coisas, sabe? Sem muito... então, é o que eu falei para você, aí ele fazendo baixo. Ele fazendo teclado, bateria eletrônica. Foi mesmo para a gente ter o registro. Porque, quando meu pai tocava... meu pai tocava umas guarânias, assim, que você... você não ouve mais. Ele tocando teclado... hoje já é mais difícil para ele, né? Depois

que teve um AVC.

não é, pai? Mas... a gente não pôde gravar tudo...

W.: Eu acho incrível isso, porque, volta e meia, eu vejo ele lá no templo.

C.: é a gente toca bastante lá. Ele tem tudo na memória. O tom. Melodias. entendeu? Ele não lê nada. Tudo na cabecinha dele.

W.: Que talento! Que legal. E o registro disso tudo? Afora isso, tem as partituras...

C.: tem. Ele tem a partitura de tudo isso e uma infinidade.

W.: Que ótimo.

C.: Teve uma época em que ele compôs esses choros aqui. Acho que tem mais de mil, né, pai?

B.: é.

C.: Que ele compôs. Era todo dia, todo dia uma. Aí quando resolveram gravar sentou ele meu irmão e foram selecionando algumas. Meu irmão foi tirando, ele também. Porque ele compõe e depois esquecia o que tinha composto. Meu irmão... eles iam vendo. Depois selecionaram estas. Jazz, também, tem vários. Tem até letras. E não foi lançado, mas temos até as letras que ele compôs. Em alguns desses jazz, aqui, né, pai?

B.: E.

C.: Tem a letra para o “punk”? Tem do “Quierote”. O “quierote” eu canto. Que ele fez até a letra... é uma salsa. Enfim, ele é porreta.

W.: verdade! Eu falo...

C.: tem a música de Bauru que ganhou. É dele.

W.: é verdade.

C.: tem a participação do...

B.: o CD tá ali, ó!

C.: Eu vou pegar. Então, ganharam a canção de Bauru. A canção de Bauru ele sonhou, na verdade. Com a mãe dele falando para ele participar, porque ele ia ganhar. Não foi isso?

B.: Foi.

C.: Aí ele compôs e chamou o J. Luiz, né, pai? Porque ele queria dar um toque, não sertanejo. Mas, mais popular.

W.: Eu não sabia que a melodia era dele.

C.: Na verdade até a letra é do meu pai e o Jota Luiz veio e... algumas palavrinhas ele mudou. Mudou alguma coisa.

B.: é que o J. Luis é meu amigo de muitos anos

C.: deu um toque mais sertanejo...

B.:E o Jota Luiz já participava dos programas de calouro da rádio, nos anos 50. Aí eu falei J. Luiz vai ter o concurso da canção de Bauru. Você não quer participar junto comigo? E ele: ah, vou!

C.: Eu lembro disso. Eles vieram aqui, ele sentou. Meu pai mostrou a letra e meu pai não é um compositor. Para letras, né pai? Mas aí chamou o Jota Luiz.

B.: Eu componho letra sim.

C.: é, compõe, sim. Mas meu queria alguém assim, pra da dar um toque. E aí criou a parceria, assim, e ficou legal. Mas a letra da música e a melodia já estavam prontos.

B.: Depois vê o disquinho da música de Bauru. Você conhece, né?

W.: Conheço, conheço. Aí, eu já me lembro. Né, os 100 anos de Bauru? Acho que era 100 anos de Bauru.

C.: não, foi agora, mais recente.

W.: Foi mais recente?

C.: Né, pai, foi mais recente? Canção de Bauru é de 2004?

B.: 2003 foi o concurso.

C.: Não, 2004 foi o concurso. Porque o Chico... O Chico, meu amigo, estava trabalhando comigo, em 2004.

B.: Ah sei...

C.: Não, é 2003 mesmo, ele saiu em 2004. É isso aí mesmo.

W.: Certeira memória

C.: foi mesmo!

B.: até no dia da apresentação da peça, lá, tava o...

C.: e ninguém sabia, né? que era dele...

B.: Tava o Lelo, vereador...

C.: Quando a banca examinou ninguém sabia. Tinha que pôr pseudônimo, não podia dar o nome.

B.: Tava o Lelo, vereado... E mais o... o... Como é que chama? Que era prefeito de Bauru?

C.: O Tuga? não?

B.: não, o coisinho, lá... o...

C.: ah, o Tidei. Não era Tidei, também? Quem era?

W.: Em 2004? Não era o Agostinho, já?

C.: não...

W.: Não? Antes dele foi o Tuga...

C.: depois do Tidei, quem foi? Não foi o Tuga?

B.: Não...

W.: Nossa, que coisa, perdi... Que coisa. Que memória...

C.: o senhor quer se ajeitar aqui?

B.: Estou com o nome na boca e não consigo falar.

W.: ah, é normal.

B.: se eu lembrar o nome dele, você vai dar até risada.

W.: O prefeito naquela época... Nilson Costa!

B.: Exatamente! Nilson Costa. Nilsinho, meu amigo de 50 anos.

W.: Que também trabalhou em rádio, né?

B.: Trabalhava lá na Auriverde junto comigo.

W.: Que legal.

B.: Nilson Costa, FalkSavi... conhece também?

W.: Sim, que gosta de jazz.

B.: é, gosta muito de jazz. Tudo amigo meu, amigão desde moleque.

C.: Você dá uma olhadinha antes, porque às vezes tem que ser ver que tem problema.

W.: Poxa, vou ouvir tudo. Com muito carinho.

C.: Caso tiver problema a gente troca. Porque... foi um moço ali na Pinheiro Machado que tinha um estúdiozinho. Ele que confeccionou todos esses CDs.

W.: qual dos CDs?

C.: Esse... é o dos Beatles.

W.: JMS Produções.

C.: Você conhece o... Jarbas? Não, é um nome diferente.

W.: não.

C.: é o nome diferente. Ele que tem o estúdiozinho na Pinheiro Machado.

W.: sim...

C.: Então, meu pai gravou com o PJ. Quem confeccionou foi o estúdio jms e a gravação foi no PJ. Na Fábrica do Som.

B.: PJ! PJ! Conhece?

W.: conheço. PJ está na TV Unesp.

C.: isso, meu pai gravou todos lá.

W.: Que legal.

B.: PJ é um grande conhecedor.

C.: Esses dois aqui tiveram que ir para Manaus. por causa... que teve uma produção nacional. Esse aqui eu preciso regularizar. Autoria do meu pai. Porque nós ainda não regularizamos.

W.: Fica caro, né? Deve ter que mandar para Biblioteca Nacional.

C.: Então é meio trabalhoso, sabe? E no meio disso tudo minha mãe ficou doente. Tem que ter tempo. E... São tantos os problemas.

W.: Me incomoda tanto a gente perder essas coisas. Aconteceu e ninguém fala mais.

C.: Meu pai registrou tudo, tem foto até da PRG 8... dos auditórios, dos artistas que vinham se apresentar aqui que ele acompanhava.

W.: Professor Tidei veio aqui falar com o senhor? Porque ele fala muito do senhor no livro dele.

C.: é?

B.: o João Tidei?

W.: é.

B.: Ficamos aqui o dia inteiro.

W.: sim.

C.: Então, meu pai tem muitos jornais.

B.: O João Tidei de Lima era gerente da Auriverde.

C.: Jornal Diário de Bauru chegou a conhecer?

W.: Conheci...

C.: Jornal da Cidade... Meu pai guardava tudo, tem tudo.

B.: Tem umas 30 pastas desse tamanho assim. Com recortes de jornal e jornal

C.: Ele sempre foi muito caprichoso.

W.: Que legal. Eu não guardei meus programas de rádio...

B.: Não? Que pena.

W.: Às vezes as pessoas perguntam e eu não me lembro mais como era. Eu ia fazendo, fazendo. E não guardava. E vocês pensam depois em reunir esse material?

C.: o arquivo... então, meu irmão está digitalizando tudo. Os jornais, as fotos...

porque é um trabalho de formiguinha, né? Porque ele também tem os compromissos dele e está fazendo isso na casa dele. Está digitalizando tudo isso.

W.: Puxa tem que fazer.

C.: Fora os carnavais, né pai? Que a gente esqueceu de falar que meu pai tinha bandas de carnaval. Tocou 20 anos ininterruptos no Araçatuba... no Clube Corinthians de Araçatuba. Uma banda com mais de 20 componentes, né?

B.: uma banda dupla.

C.: Era muito grande! Era um sucesso. No clube davam 3.000 pessoas, não se via nem o chão. Sem intervalo. Começava às 11 e terminava 4, 4 e pouco. Sem intervalos, só com músicas de Carnaval.

W.: saía de lá com 5 Kg a menos?

B.: Quase morri de tocar lá.

C.: Era muito. Muito. Emocionante, até .

B.: 21 anos!

C.: só músicas tradicionais de carnaval. Parou de tocar lá quando começou acabar mesmo. Aí começou o pagode. Os axés...

W.: o carnaval aqui em Bauru também foi uma coisa muito interessante. Me lembro das pessoas contando as histórias.

B.: Tinha o BAC [Bauru Atlético Clube], tinha o Tênis [Bauru Tênis Clube]. E tinha a Noroeste, lá, o Panela de pressão, que fervia! Foi muito forte o carnaval em Bauru. Fortíssimo!

W.: Que legal.

[por 7 minutos, Cezira põe música para tocar e vai comentando os arranjos e o trabalho de gravação]

W.: lindo! Maestro Sabe quantas composições o senhor tem registradas?

B.: Rapaz, não tenho ideia... muitas Acho que mais de mil

W.: o Senhor nunca quis dar aula?

C.: mas ele deu aula ali no conservatório. Na Azarias Leite, deu aula, muitos anos ali, né, pai? De música popular. Mas não dava tempo, porque meu pai trabalhava na escola...

B.: e teve uma época que foi fracassando.

C.: Aposentou.

W.: Em que ano Maestro?

B.: em 83, faz tempo. E depois que eu me aposentei 83, eu dei mais 30 anos de aula, foi bastante tempo.

C.: ele aposentou mas continuou trabalhando com a música. Porque aposentadoria é duro... e isso porque meu pai conseguiu averbar desde menino desde os 15, 12 anos. Hoje é a salvação do meu pai. Viver de música não dá para você viver... aí as pessoas tentando viver de música e acabam numa situação bem triste e meu pai, não. Conseguiu se aposentar, uma aposentadoria digna. Ganhou muito dinheiro com música também tem uma vida legal, mas hoje não precisa viver da música, isso é importante. E aí que a gente fala que meu avô enxergou bem lá na frente e falou: não, música não dá para viver, você tem que trabalhar. Então, ele que fez meu pai trabalhar, meu pai já era casado e não trabalhava ainda. Meu Pai casou com 20 anos. Quando meu irmão nasceu, meu pai acabou de completar 21. Poxa vida, né, pai?

W.: Casou novinho.

C.: E acho que é um dos únicos músicos que ficou com a mulher a vida toda. [risos] os outros todos se separaram.. a maioria né pai? Casou cedo e foi em frente.

B.: A maioria dos músicos não tinha juízo. Largava das mulheres, enganava e eu, não. Eu fiquei com a minha mulher sempre.

C.: Meu pai sempre foi um pai muito bom muito presente. Meu pai também é pintor.

W.: não sabia!

C.: é! Ele pintou vários quadros, estão aí na sala. Tá meio preguiçoso. Agora, eu falo para ele volta a pintar. Mas ele tá meio cansadão. Então, ele sempre pintou quadros e fez os nossos trabalhos de escola. De pintura sabe? Foi bem presente. Mesmo tocando e trabalhando, sempre foi um pai bom. Minha mãe também.

W.: é muito bom de ouvir. Bom, gente, era isso que eu tinha que tentar captar para entrevista. Agora eu vou transcrever tudo isso.

APÊNDICE C – Entrevista com Manu Saggioro - MPB**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Manuela Pereira Saggioro Data _04/03/2020

Nome completo do participante:

Wellington C. M. Leite – doutorandoPPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

1) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

- a) ☐ Sertanejo Universitário.
- b) ☐ Funk Carioca.
- c) ☐ Pop Nacional.
- d) ☐ Pop Internacional.
- e) ☒ MPB.
- f) ☐ Rock.
- g) ☐ Samba.
- h) ☐ Música Eletrônica.
- i) ☐ Rap.

Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

Completo 19 anos de carreira. Minha breve biografia:

Cantora, compositora e instrumentista, Manu Saggioro, natural de Jaú, vive entre Bauru e São Paulo. No caminho da música desde 2001, trilhou diferentes estradas ao longo destes 19 anos de carreira. Algumas literais. Em 2001, percorre 12 estados brasileiros de carona e com o violão nas costas. Viajando pelos sertões e litorais, visita capitais, vilarejos, comunidades quilombolas e extrativistas, em busca das raízes sonoras do Brasil.

Em 2006, com a intenção de experimentar outros sabores musicais, visita nove países europeus tocando nas ruas, em pubs e pequenos festivais.

Toda essa bagagem empírica é estruturada em uma formação acadêmica. Em 2009, Manu conclui sua graduação em música nos instrumentos guitarra/violão.

Gravou em álbuns de Déa Trancoso, Levi Ramiro, Carlinhos Campos e outros.

Nos palcos do Brasil e do mundo desde 2002, teve seu primeiro disco oficialmente lançado em 2019 e distribuído pela Tratore, no estilo MPB.

O álbum "Clarões" que contou com direção de Ceumar e teve críticas positivas da mídia especializada tem composições de Manu, de Tetê Espíndola, Tavinho Limma, Levi Ramiro, Osvaldo Borgez, Tata Fernandes, Déa Trancoso e parcerias com Ceumar e Manoel Rubira.

O show do disco (solo ou com banda) aconteceu 11 vezes no Brasil e 7 vezes na Europa em 2019. Na agenda de 2020 alguns shows no Brasil já estão marcados.

2) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

- a) ☐ digital.
- b) ☐ analógico.
- c) ☒ ambos.
- d) ☐ nenhum.

- 3) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?
- a) ☒ Facebook.
 - b) ☒ Instagram.
 - c) ☐ Whatsapp.
 - d) ☐ Google.
 - e) ☒ YouTube.
 - f) ☒ rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).
 - g) ☐ webrádios e webTVs.
 - h) ☐ videogames e vídeos.
 - i) ☐ Portais de Internet. Qual? _____
 - j) ☐ Outro. Qual? _____
 - k) ☐ Nenhum.
- 4) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?
- g) ☒ Rádio.
 - h) ☒ TV.
 - i) ☒ trilhas para filmes e propagandas.
 - j) ☐ jornais.
 - k) ☐ folhetos.
 - l) ☐ nenhum.
- 5) Como tais recursos são usados?
- f) ☒ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.
 - g) ☐ Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.
 - h) ☒ Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.
 - i) ☒ Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.
 - j) ☐ Outro. Qual? _____
- 6) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação? Acho que vivemos uma transformação muito rápida e profunda dos meios de comunicação. Os espaços virtuais são grandes e potentes, precisamos ocupá-los da melhor forma. Não sabemos muito bem como fazer isso ainda.

- 7) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi? Sim, a todo momento. Não conseguir ser frequente nas postagens, não ter tempo de gerar pautas, conteúdos, não ter recursos ou habilidade pra conseguir filmar, editar, finalizar e divulgar materiais de qualidade (áudio e vídeo) e quando temos algum orçamento disponível, não saber a maneira correta de impulsionar (patrocinar).
- 8) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais? As apresentações ao vivo são o supra-sumo, em minha opinião; a arte maior, que atinge mais profundamente. O momento de estar ao vivo, em contato com os ouvintes da sua obra é o mais valioso. E também é o melhor ou um dos únicos meios do artista ser remunerado hoje em dia.
- 9) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações? Eu acredito muito no ao vivo. Ali você sente e vê o que é e o que não é. Todo o resto está passível de ser forjado. Mas como o meio de divulgação, o mais eficaz é o audiovisual (música e imagem), pois chega a mais gente em qualquer parte do mundo em poucos segundos.
- 10) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um? Sim, participo de dois, o Dandô e o Sonora.
- 11) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais? Não sei se chamaria de circuito, mas sim. Bares, feiras e festas sempre foram chegando um pouco aleatoriamente, fiz isso demais, de 2002 até 2017, principalmente.
- 12) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto? Acredito que os circuitos alternativos, os coletivos, são a única maneira de darmos continuidade à preservação, vivência e circulação da nossa cultura e das nossas obras artísticas. Quando penso em futuro não vejo outros meios. Mas não sei até que ponto os músicos da cidade estão abertos ou dispostos a criar isso. Vejo alguns movimentos, acho que pode ser fortalecida essa ideia.

- 13) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?
Participei como proponente de evento cultural não como artista em si. Foi importante, apesar do valor pra pessoa física ser ínfimo, conseguimos realizar algumas coisas.
- 14) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?
Sim, SESC. Uma das entidades mais sérias que conheço. Valoriza o trabalho artístico por completo. Tratamento, planilha, prazos, etc.
- 15) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?
Nem consigo imaginar o que seria trabalhar com gravadora, mas acredito que na conjuntura atual, mesmo que tivéssemos muitas gravadoras e um contexto sócio/político/econômico favorável, não teríamos gravadoras suficientes pra dar conta de tanta produção artística. O independente teria de existir, inevitavelmente, como sempre existiu. Acho que haveria uma parte favorecida e outra mais batalhadora. O que vivemos hoje é que todo artista precisa lutar demais pra conseguir sobreviver no seu ofício.
- 16) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?
Formação musical ajuda e eu recomendo mas não tem relação com sucesso na carreira.
- 17) Como você avalia o público de música independente em Bauru?
Inexpressivo até agora.
- 18) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?
Acredito que sim.
- 19) Como você avalia a produção musical independente de Bauru?
Forte e bonita.
- 20)

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

APÊNDICE D – Anderson de Paula - Samba**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Anderson Aparecido de

Paula _____ Data

01/_/03_/2020__

Nome completo do participante:

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

1) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

a) ☐ Sertanejo Universitário.

b) ☐ Funk Carioca.

c) ☐ Pop Nacional.

d) ☐ Pop Internacional.

e) ☐ MPB.

f) ☐ Rock.

g) ☒ Samba.

h) ☐ Música Eletrônica.

i) ☐ Rap.

2) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

22

3) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

a) ☐ digital.

b) ☐ analógico.

c) ☒ ambos.

d) ☐ nenhum.

4) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

a) ☒ Facebook.

b) ☐ Instagram.

c) ☐ Whatsapp.

d) ☐ Google.

e) ☐ YouTube.

f) ☒ rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).

g) ☐ web rádios e web TVs.

h) ☐ videogames e vídeos.

i) ☐ Portais de Internet. Qual? _____

j) ☐ Outro. Qual? _____

k) ☐ Nenhum.

5) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

a) ☒ Rádio.

b) ☐ TV.

c) ☐ trilhas para filmes e propagandas.

d) ☐ jornais.

e) ☒ folhetos.

f) ☐ nenhum.

6) Como tais recursos são usados?

a) ☐ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.

b) ☐ Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.

c) ☒ Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.

d) () Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.

e) () Outro. Qual? _____

7) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?

8) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?

Não

9) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais?

Sim

10) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?

Sim

11) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?

Participo de um projeto, Coletivo Samba

12) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?

Sesc, por exemplo

13) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto?

Difícil

14) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?

Sim, satisfatório

15) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?

Sesc e Sesi

16) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?

Facilitam

17)

18) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?

Sempre bom se capacitar em outras áreas

19) Como você avalia o público de música independente em Bauru?

Médio

20) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para

os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Sim

21) Como você avalia a produção musical independente de Bauru?

Assim como o público, médio

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis.

APÊNDICE E – Paulo Tonon - Rock

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Paulo Eduardo Tonon Garcia

Data: 03/ 03 / 2020

Nome completo do participante:

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

21) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

- j) () Sertanejo Universitário.
- k) () Funk Carioca.
- l) () Pop Nacional.
- m) () Pop Internacional.
- n) () MPB.
- o) (X) Rock.

- p) () Samba.
- q) () Música Eletrônica.
- r) () Rap.

22) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

Comecei a tocar bateria para acompanhar amigos que já tocavam em 1995. Na época havia muita referência na cidade da música grunge e os adolescentes se juntavam para ouvir, tocar e compor. Nesta época, a gente já pensava em fazer música autoral, mesmo que de forma rústica, na mesma linha do punk. Depois fiz parte de grupos pequenos que faziam cover de bandas como Legião Urbana e Smashing Pumpkins, entre 1997 e 1999. Entre 2000 e 2015, atuei no antiggrupo multimídia, que chamava bonequinho e depois passou a ser Autoboneco. Neste período, aprendi a improvisar e a gravar discos de modo lo-fi. Também trabalhamos com projeções audiovisuais durante os shows e havia muito diálogo sobre bandas diferentes e estilos alternativos. Fizemos shows considerados marcantes por muitas pessoas, com diversas formações, em que misturávamos noise com as músicas mais convencionais. Depois de um tempo parado, formei com amigos antigos a banda Obscuro Lavrador, em 2018, e neste mesmo ano, fui convidado para entrar no grupo La Burca, ambos que trabalham apenas com composições autorais. Em 2020, seguindo este raciocínio, completo 25 anos de música independente e autoral em Bauru.

23) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

- a) () digital.
- b) () analógico.
- c) (X) ambos.
- d) () nenhum.

24) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- l) (X) Facebook.
- m) () Instagram.
- n) (X) Whatsapp.
- o) () Google.
- p) (X) YouTube.
- q) () rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).
- r) () webrádios e webTVs.
- s) () videogames e vídeos.

- t) ☐ Portais de Internet. Qual? _____
- u) ☐ Outro. Qual? _____
- v) ☐ Nenhum.

25) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- m) ☐ Rádio.
- n) ☐ TV.
- o) ☐ trilhas para filmes e propagandas.
- p) ☒ jornais.
- q) ☒ folhetos.
- r) ☐ nenhum.

26) Como tais recursos são usados?

- k) ☐ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.
- l) ☒ Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.
- m) ☒ Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.
- n) ☐ Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.
- o) ☐ Outro. Qual? _____

27) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?

Dentro do estilo de música em que atuou, a divulgação sempre foi restrita. A maioria dos espaços que conseguimos foi por conta de, tanto eu quanto outros integrantes de bandas que toquei, termos trabalhado com jornalismo e comunicação, em geral. A melhor forma de reverter este quadro, na minha opinião, seria a partir da criação de espaços nas mídias convencionais para divulgar o trabalho dos músicos autorais e independentes, que na verdade apontam para um futuro da música. Vejo que muitas vezes, por falta de conhecimento, a mídia tradicional, coloca no mesmo patamar, o músico que só trabalha com covers e o que cria todas as suas próprias músicas. E o que só copia as canções dos outros, por tocar em barzinhos e baladas, alcança mais público do que o que dedica seu tempo e ensaio para criar canções novas, que geralmente falam sobre assuntos da cidade ou do contexto em que a juventude da nossa cidade está inserido.

28) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?

A principal dificuldade é fazer as publicações atingirem um grande público, sem investimento. Como todos os integrantes das bandas que atuei não viviam apenas de música, também não havia tempo sobrando para ficar desenvolvendo muitas estratégias de divulgação.

29) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais?

No nosso caso sim, pois sempre aumentam o número de seguidores após os shows nas páginas dos meus grupos atuais. Também tem algo a ver com a performance dos grupos em si, a vibração que não dá para transmitir por meio de uma música gravada ou de uma postagem.

30) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?

Por conta de dificuldades financeiras, em nenhum destes grupos novos em que estou atuando, ainda não foram feitas gravações de vídeo e áudio de forma profissional, o que limita esta avaliação. Neste caso, acredito que as políticas públicas poderiam ser utilizadas para proporcionar a gravação destes projetos. Em todo caso, nossas apresentações funcionam muito e sempre geram outros convites para shows.

31) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?

O bonequinho, no princípio, antes de todo esse diálogo sobre este conceito, chegou a dizer, algumas poucas vezes, que era uma coletivo. Mas depois, entendemos que era melhor não ter esse rótulo, até pela liberdade que o antigro, como a gente costumava dizer, possuía. Particularmente, acredito que é possível criar um coletivo, mas é muito difícil no ramo da música, pois o ego dos artistas em geral é muito grande e impede que as decisões sejam tomadas, na maioria das vezes, em torno de um bem maior de todo o grupo. Às vezes, até inconscientemente, os músicos atuam contra essa ideia, por medo de perder influência na banda ou de dividir os holofotes com o restante

dos artistas envolvidos. Falta educação em geral para o compartilhamento real das ações, principalmente entre artistas.

- 32) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?

Durante algum tempo, o Fora do Eixo, em Bauru, comandado pelo Enxame Coletivo, abriu um espaço. Mas, naquela ocasião, havia muita resistência por sabermos que se tratava de algo que estava sendo financiado em sua base por partidos políticos e ideais que não eram os mesmos da banda em que eu atuava, que no caso era completamente apartidária. Recentemente, com a La Burca, toquei no Rio de Janeiro e em São Paulo, por meio de organização de diversos selos de música alternativa, como Howling Records e Efusiva Distro, entre outros. Nestes lugares, a coisa pareceu funcionar de maneira mais orgânica, com menos interferência externa de qualquer força maior. As pessoas pareciam mais engajadas, estavam ligadas a causas como o feminismo e antifascismo em geral, o que não impediu o surgimento de divergências políticas e culturais. No meu ponto de vista, estas aglutinações sempre são complicadas, porque cada pessoa está em um nível de entendimento e maturidade, em relação ao todo de arte e política, bem diferentes. Alguns confundem com o fato de simplesmente ser um evento para ganhar dinheiro e se divertir, enquanto outros estão focados na causa maior, de criar um espaço onde a liberdade artística e musical realmente possa ser aplicada em sua amplitude, aliado a posicionamentos de esquerda mais radical, combate ao racismo, homofobia, etc...

- 33) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto?

Atualmente existe um grupo de WhatsApp dos músicos de Bauru, que só é utilizado para a divulgação de eventos. Na maioria das vezes, por aqueles caras que fazem barzinho, tipo voz e violão. Os músicos autorais não são tratados com seriedade, pois existe uma certa inveja de quem tem coragem de criar um estilo, uma banda diferente, uma música mais alternativa. Entre os grupos que fazem música autoral, praticamente não há diálogo. Pois, cada um está completamente focado em seu trabalho e os estilos são muito diferentes uns

dos outros. Tipo, o cara que faz metal não reconhece o trabalho de quem faz indie rock. O que faz progressivo acha o que atua com punk muito simplista. Isso cria barreiras e geralmente não existem várias bandas de um mesmo estilo na cidade. São poucos os artistas que conseguem romper essas barreiras e terem um respeito de várias bandas de estilos diferentes. O fato é que até podem considerar, por exemplo, a “Norma Bates e os Corações Alados” uma das melhores bandas autorais de Bauru dos últimos tempos, mas quase nenhum músico vai no show deles ou fala isso abertamente para todos. Acredito que poderia ser possível organizar estes circuitos, mas também faltam espaços onde seja possível tocar, com o mínimo da qualidade técnica necessária e com público. Está surgindo agora, alguns jovens que se denominam “Sanduiche Atak”, que parecem ter superado algumas destas barreiras. Mas, mesmo assim, são grupos de pessoas da mesma idade. Jamais eles chamariam as bandas que eu toco, de pessoas mais velhas, para interagirem no rolê deles. Então a coisa sempre fica restrita a um grupo pequeno, como já teve na época do começo da bonequinha, com Crespúsculo, No Bones, OmemFilth, Angry, Vítimas do Caos, Broken Heads, No Name Band, etc... Daí quando os caras vão arrumando emprego e família, a banda autoral vai ficando de lado.

34) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?

Por meio de chamamento público, já inscrevi e fui habilitado, mas nunca fui contratado de fato, com meus projetos musicais. Geralmente, a prefeitura contrata bandas para eventos grandes, com público genérico, e esta é a desculpa utilizada para chamar grupos que tocam cover. Desta forma, sem uma proteção à criação autoral do próprio município, quem recebe o dinheiro deste tipo de política são os mesmos grupos que já são contratados normalmente para “agitar” festas, bares e baladas. Ou seja, não existe este tipo de valorização da música independente e autoral em Bauru.

35) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?

Não, infelizmente, como músico não.

- 36) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?

Hoje existe mais possibilidades do que antes, quando você tinha que esperar para cair nas graças de um produtor ou de uma gravadora. É possível trilhar esse caminho independente sim, mas pelo fato de tocar com pessoas que não são apenas músicos, alguns são bancários, outros advogados e por aí vai, esse tipo de coisa fica restrito. Primeiro todos buscam colocar comida na mesa da família, quando sobra um tempo ensaia, se sobrar uma grana vai pro estúdio gravar. Geralmente, quando chega nessa etapa, precisa de mais tempo livre para criar estratégia de divulgação, se dedicar para fazer mais shows e recuperar o mínimo do investimento. No nosso caso, ainda não houve a conjunção astral de todas essas possibilidades. Mas não trocaria nossa liberdade de criar e compor para fazer uma música ou um disco para agradar a gravadora ou vender milhões. Cada um tem o seu estilo e a seu foco na arte.

- 37) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?

Não tenho formação musical. Nunca fiz nenhuma aula. Aprendi de tanto ouvir e isso também gera preconceito dentro da classe. Porque o cara que estudou e tira a música do Iron Maiden idêntica a que está no disco, torce o nariz pra quem faz uma música estilo Nirvana, com mais feeling e distorcida, onde até a microfonia faz parte do show. O músico profissional que vive tocando cover em barzinho, por mais que não tenha criatividade ou coragem para expor suas composições, torce contra a banda de autodidatas, que suaram a camisa pra fazer sua primeira apresentação de meia hora de música autoral e independente no estilo Ramones, em uma baladinha mais alternativa de Bauru. Aconselho que cada um siga o seu caminho sem puxar o tapete do irmãozinho... rsrsSe não gosta do estilo, o ideal seria pelo menos não atrapalhar ou falar mal. Tem muita gente que nem toca também e que vai assistir, uma apresentação na vida e outra na morte, só para falar mal depois.

- 38) Como você avalia o público de música independente em Bauru?

O público tem interesse. Caso contrário uma banda como Autoboneco não sobreviveria por tanto tempo, ou até mesmo o caso da minha Obscuro Lavrador que faz pequenos shows, mesmo sem ter nenhum material gravado ainda. O problema é que o público não aumenta por falta de incentivo externo. A música é boa, mas se só tem dois lugares para tocar no nosso estilo, a gente nunca vai tocar para mais de 100 pessoas ao mesmo tempo. A composição é

excelente, mas se não sair uma matéria no Jornal da Cidade, ou tocar na rádio 94 FM, ou ter uma entrevista ou apresentação na TV, ela não vai gerar mais curiosidade para outros públicos conhecerem também. A cadeia toda fica restrita sempre aos dois lugares que abrem espaço para este tipo de som. Daí o público não aumenta e a consequência direta é que, uma hora o grupo deixe de criar, ou deixa de se dedicar para tocar sua vida como vendedor de outros produtos, engenheiro, ou qualquer outra profissão que o faça ganhar um salário mínimo. Acredito que isto é falta de visão política, se a prefeitura tivesse um estúdio com condições mínimas de gravação, como existe em outros países, uma hora uma das bandas ou das músicas gravadas estouraria a nível nacional e o investimento se pagaria, gerando mais um milhão de impostos para o município. A cultura em geral é vista como uma atividade marginal e o público em geral tende a comprar essa ideia, por puro desconhecimento. O Michel Teló tocava cover em Bauru toda semana até pouco tempo antes de estourar em nível mundial. Mas duvido que ele tinha a possibilidade de tocar as composições dele, que depois viraram sucesso, nos barzinhos daqui.

39) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Sim. Neste caso, a situação é que muitos usam isso como muleta. Tipo o cara tem preguiça de aquecer a voz e manda um autotune pra compensar. Não pode virar isso. A tecnologia deveria vir pra fazer o artista atingir um nível que sozinho seria difícil, mas não impossível. Pra isso fazer sentido em Bauru, antes teria que mudar a mentalidade de quem contratação show, de quem divulga a música, de quem promove eventos, de quem consome os discos ou obras dos músicos bauruenses, etc...

40) Como você avalia a produção musical independente de Bauru?

É rica. Tem muita diversidade. Mas não é valorizada como deveria. Não é porque um músico ou uma banda é independente, que ele não precisa de uma cadeia cultural produtiva e organizada. Estamos na era da economia criativa, que gera empregos, movimenta setores como os de alimentação, bebidas, transporte, turismo, combustíveis, hotelaria, etc... Tudo isso poderia girar em torno da música. Mas o pessoal que tem dinheiro não consegue enxergar um palmo além de Roupas Novas, Capital Inicial, Matanza e sertanejo, em geral.

Existe um público muito antenado aqui, que conhece bandas alternativas novas e está em shows do país inteiro e não tem espaço na cidade para trazer nomes como Baiana System, Duda Beat, Letrux, e muitos outros nomes que tocam em festivais como Rock in Rio, mas para a gente ver aqui depende do Sesc. Junto com essas bandas supostamente alternativas que estão fazendo sucesso no país, os produtores poderiam mesclar os grupos independentes da cidade, isso faria com que muita gente que jamais escutaria uma banda nova como “Geléia Jutai” ou “Zandarê”, alcançassem novos públicos. Bauru tem muitos talentos, mas que não recebem a atenção que deveriam na música e em todas os ramos de expressão artística.

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

Acredito que deveria haver uma política pública de valorização da música autoral e independente em Bauru. Que se não oferecesse verba para a gravação, que pagasse por um show mensal para cada banda selecionada por ano. O mínimo do mínimo. Um cachê básico de R\$ 1.500,00 por banda e por mês para fazer uma apresentação de uma hora e meia no Vitória Régia ou no Teatro Municipal. No final do ano, a secretaria de cultura teria investido R\$ 18 mil em 12 bandas, que teriam o mínimo de condições de gravar com suas próprias pernas um EP de três ou quatro músicas. Isso iria movimentar uma cadeia.

Reparem que estou falando de um investimento anual de R\$ 18 mil, que não se compara com os cachês de R\$ 70 mil que o Péricles recebeu para tocar na Expo 2019 e que também não se compara com os R\$ 150 mil que o Luan Santana recebeu pra se apresentar no mesmo evento. Que não é nem metade do que uma cantora gospel, que eu nem sei o nome, e que também recebeu R\$ 50 mil pra tocar aqui nesse evento, em que os organizadores “ganham” essa verba da prefeitura e cobraram ingressos da população. Ou seja, a prefeitura de Bauru destinou quase R\$ 500 mil (meio milhão de reais) para bandas de fora virem aqui tocar e que não deixaram nada para a cidade depois. Tem também a questão que é muito discutida nos meios acadêmicos de que este tipo de sertanejo universitário comercial radiofônico, na verdade, nem é cultura, não produz enriquecimento cultural nenhum para população.

Se prefeitura investisse R\$ 18 mil nos artistas locais autorais, isso seria revertido em impostos, combustíveis, gravações, estúdios, produtores, mídia, movimentaria toda uma cadeia do município, além de agregar valor ao trabalho que é desenvolvido aqui. Ou seja, a distribuição dos recursos da cultura em Bauru é muito desigual e, na maioria das vezes, feitas por pessoas que não possuem nenhuma vivência cultural e atua somente com base, em projeções políticas e partidárias. Isto, a longo prazo, destrói as possibilidades reais da arte no município. Porque se você for colocar na ponta do lápis, quantos artistas autorais bauruenses receberam alguma coisa da prefeitura, em uma década não chega a ser metade do que foi gasto em um show de “artista” consagrado. Ao mesmo tempo, os músicos são extremamente despolitizados e não conseguem se organizar para reivindicarem melhorias, pois cada um está preocupado apenas com sua própria janta. Esses tempos, um cara que organiza todo ano eventos com as bandas de amigos dele disse que vai sair candidato a vereador. É uma piada, o cara tem quatro bandas de amigos e nunca foi em uma reunião do Conselho de Política Cultural que eu faço parte. Nunca discutiu uma possibilidade com ninguém da cultura, exceto políticos e secretários, e se acha no direito de pedir voto. Não vai ganhar de jeito nenhum. Não

tem vivência cultural. Só atuou em benefício próprio. É uma brincadeira de mal gosto com quem está militando pela valorização da cultura e da arte de fato. O cara recebeu uma migalha do bolo inteiro, não dividiu com ninguém, e está feliz, fazendo o jogo do sistema político e partidário.

Outra política pública que poderia ser adotada seria o investimento público em um espaço com o mínimo de condições para uma banda gravar um disco ao vivo no estúdio. A prefeitura de Bauru todo ano destina cerca de R\$ 100 mil para trazer peças de teatro de pessoas de fora de Bauru para agradar um grupo muito pequeno de apoiadores da secretaria. E a cada ano que passa a música autoral da cidade é deixada de lado para beneficiar três pessoas.

Um contraponto seria a divisão igualitária das verbas. Tipo, se o teatro recebeu R\$ 100 mil, a música autoral também deveria receber R\$ 100 mil, a literatura bauruense também deveria ganhar a mesma verba, o audiovisual e assim por diante. Como existe esta confusão entre os músicos que fazem cover, porque a prefeitura não gastou nem R\$ 50 mil para fazer animação de eventos, com meia dúzia de bandas de amigos, parece que o segmento da música foi contemplado, o que não é verdade. Música autoral deveria ser a prioridade de um governo realmente comprometido com a cultura. Cover deveria ser financiado pela iniciativa privada. Animação de shows deveria ser pago pela pasta de Esporte e Lazer. Cultura é completamente diferente de lazer. E aqui em Bauru, os governos nunca entenderam isso. Porque possuem acordos com igrejas. Muitos destes músicos de cover são contratados para tocar em quermesses, onde as igrejas, que já não pagam impostos, ainda ganham de graça o músico que vai animar a noite enquanto todos faturam em nome da religião e dos votos que os fiéis vão dar. Está tudo errado! Isso não é investimento em cultura, em formação de público, pois a música que está tocando neste eventos é a mesma que toca na rádio. A pessoa ouviu isso o dia inteiro e vai na festa do pastor e ouve de novo. Não existe investimento público em Bauru para a difusão da música autoral. Não existe investimento público em Bauru para fomento ao surgimento de novos grupos musicais autorais. A verba da secretaria da cultura está direcionada para politicagem da mais barata possível, enquanto músicos do calibre do finado Norba, são obrigados a tocar na noite, o cover do cover e ganhar um cachê mínimo de R\$ 150 por apresentação. Ou seja, um dos caras mais respeitados da música bauruense morreu literalmente sem ter um disco dele de música autoral gravado com apoio da prefeitura. É um crime, para quem entende de arte e cultura de verdade isso acontecer.

É um crime, uma cidade que tem Bitenka, André Turco, Emerpol, Marcos Popolo e tantos outros ver esses caras serem idolatrados por compositores de todo o Brasil, mas na cidade em que eles nasceram e vão morrer, serem tratados como animadores de evento. A arte não serve para animar ninguém. Isso é lazer. Destinar o dinheiro público de Bauru para artistas consagrados, que recebem de todas as cidades, é uma violência sem tamanho contra as pessoas que estão aqui, produzindo músicas sobre Bauru, como a Supoer Liga Kathólica. Um atendo a sanidade de compositores como Luis Paulo Domingues, da Norman Bates, do Universo Elegante e do Obscuro Lavrador. O cara tem bandas que fazem músicas sobre Bauru faz mais de 30 anos e nunca recebeu um centavo do poder público, que deveria ser o principal incentivador do trabalho dele. As músicas dele falam sobre a história da cidade, sobre fatos que aconteceram aqui, citam nome de personalidades de Bauru, mas é tratado como um nada. Isto é uma violência contra alguém como o AranCarriel, da banda autoboneco, que dedicou toda uma vida para criar em torno do lugar onde ele mora, que é Bauru. Tem gente que espera na Dinamarca, na Noruega, ele compor uma música nova e aqui na cidade em que ele está todo dia, é tratado pelas autoridades do setor da cultura como um zé ninguém. Isso é

revoltante.

Metade do orçamento da pasta da cultura em Bauru é gasta com pagamento de salários e benefícios para funcionários, que nunca forma em um show de artistas locais autorais. Que não sabem que o Badê foi um dos maiores nomes do seu segmento no país. A prefeitura deveria gravar um álbum de tributo ao legado deste cara e de mais um monte de gente, que é tratado como lixo pelas pessoas que são destinatárias dietas do dinheiro da cultura de Bauru, mas que não mexem uma cadeira de lugar.

Por favor, não publique tudo isso que escrevi. Foi um grande desabafo, mas que deve ser levado em conta na sua pesquisa. Muito obrigado pelo espaço!

APÊNDICE F – Miguel Rosa – Pop Internacional

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.



Miguel Angelo Maldonado Rosa Data 28/03/2020

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

- 41) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?
- s) () Sertanejo Universitário.
 - t) () Funk Carioca.
 - u) () Pop Nacional.
 - v) (x) Pop Internacional.

- w) ()MPB.
- x) ()Rock.
- y) ()Samba.
- z) ()Música Eletrônica.
- aa) ()Rap.

42) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

Miguel Rosa é um “singer-songwriter” brasileiro radicado na ilha de Florianópolis. ...Suas letras são fruto de uma narrativa íntima, carregada de sentimentos universais...Transcreve sobre amor, desilusões, o despertar, compartilhar, o fim e o recomeço.

Apesar de admitir o rótulo Folk, sua música flerta com outros estilos, timbres e combinações vocais.

São 8 trabalhos lançados, entre EPs e singles em 12 anos de estrada. Destaque para o EasyFolk, um DVD com participação especial da EKENA, que foi composto durante uma roastrip por 13 países e 16.000 km a bordo de uma Ford 1966, de Washington DC até o Brasil.

Suas canções são fruto de uma jornada contabilizada não apenas em quilômetros percorridos, mas pelo interior de si próprio.

Seu último trabalho, é o "Ao vivo no teatro" um show para mais de 300 pessoas no TACem Florianópolis.

Confira: https://www.youtube.com/watch?v=2U_JxmdtyG8&t=554s

O momento atual é de composição para seu novo trabalho, um EP inédito em português. Lançamento ainda no primeiro semestre de 2020.

Saiba mais:

Spotify: <https://spoti.fi/2QnmqJy>

Youtube: www.youtube.com/miguelrosamusic

Instagram: [instagram/miguelrosaoficial](https://www.instagram.com/miguelrosaoficial)

Facebook: www.facebook.com/miguelrosaoficial

Site: www.miguelrosa.com.br

43) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

- a) (x) digital.
- b) ()analógico.
- c) () ambos.

d) () nenhum.

44) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

w) (X) Facebook.

x) (X) Instagram.

y) (X) Whatsapp.

z) () Google.

aa) (X) YouTube.

bb) (X) rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).

cc) () webrádios e webTVs.

dd) () videogames e vídeos.

ee) (x) Portais de Internet. Qual? FolkdaWorld (focado no gênero)

ff) () Outro. Qual? _____

gg) () Nenhum.

45) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

s) (X) Rádio.

t) (X) TV.

u) (X) trilhas para filmes e propagandas.

v) () jornais.

w) () folhetos.

x) () nenhum.

46) Como tais recursos são usados?

p) (X) Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.

q) (X) Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.

r) () Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.

s) (X) Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.

t) () Outro. Qual? _____

47) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?

Em certo ponto tenho um pouco mais de penetração. Recebo convite para algumas coisas... Consigo algumas publicações em sites, entrevistas em rádios

analógicas... Mas também tenho que sempre manter informado dos lançamentos, etc.

Mas hoje, muitas músicas são lançadas... As pessoas escutam mais de 40 músicas por dia. Músicas começam no refrão... O Negócio mudou... Concorro que música boa é uma música boa. Contudo se, se tem espaço para divulgar uma música “ruim” (TV, rádio, ou internet) ela pode acontecer. Por outro lado, uma música com potencial mercadológico pode não chegar a ser ouvida pelo público, seja pela quantidade lançada e por não conseguir chegar mesmo, ou não ter estratégia de distribuição do conteúdo. Por exemplo: Existem alguns profissionais no segmento da música que você não encontra pesquisando no google... Se quiser um profissional divulgador de rádio... não se acha.

48) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi? Não.

49) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais? Ao vivo tem a questão humana. Se sua música/você conectam com a pessoa... fideliza-se. É para sempre. Já os meios digitais tem um alcance muuuiitoo maior... mas sem consistência/frequência se perdem facilmente. Ou a música engaja muitas pessoas, ou o(a) artista tem outra causa, e por isso a música funciona.

50) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?

No meu caso são iguais. A grande maioria dos meus trabalhos são gravados ao vivo.

51) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um? Não. Tenho encontro musicais para composição. É sim.

52) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?

Já sim. Toquei recentemente em um projeto na Beira Mar da Prefeitura de Florianópolis.

Toquei e ainda toco em várias casas da Ilha.

Em Bauru :Já sim. Toquei em várias casas. Fiz show para projetos culturais da prefeitura. Lancei meu EP EasyFolk no SESC.

53) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto? Com certeza. Aí na minha época já fazia uns Feats. Os músicos trocam público e a cena só se fortalece nesse sentido.

54) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?

Ainda não ganhei nenhum edital.

55) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?

Sim. SESC que em Bauru é muito bacana. Desde o processo da curadoria, agentes culturais, estrutura, cachê, tudo. É um prazer.

56) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?

Gravadoras e selos só trabalham com músicos independentes que sabem muito bem como gerir suas carreiras... já tem as coisas funcionando, em andamento.

Elas só chegam quando o artista já está atuando como músico. Aquele antigo esquema da gravadora apostar no talento, acontece... mas depois de comprovado o supra descrito.

57) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares? Acho que conhecimento é necessário em todas as fases. Formações complementares como expressão corporal, canto, postura de palco, improviso, teatro... tudo o que possa de alguma forma complementar esse artista.

58) Como você avalia o público de música independente em Bauru?

Acho a cena de Bauru uma cena muito boa. Muitos universitários... Galera sempre comparece em shows. É a nossa Seattle.

59) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Sim. Acho que o mercado mundial está bem aquecido, em diversos nichos. Produção, business, técnica/áudio, te

60) Como você avalia a produção musical independente de Bauru?

Existem produções bem legais na cidade. Hoje a música não tem mais CEP(...meu som é ouvido em 54 países, no streaming)

Mas dependendo o som, os grandes centros... outros países, cidades como Nashville lideram.

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

Qualquer informação complementar, só me chamar.

48 99681-0877

Mutíssimo brigado

Miguel Rosa

APÊNDICE G – Brandon Pizano – Música Eletrônica**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Brandon Pizano Data 08/04/2020

Nome completo do participante:

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

- Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?
 - () Sertanejo Universitário.
 - () Funk Carioca.
 - () Pop Nacional.
 - () Pop Internacional.
 - () MPB.
 - () Rock.
 - () Samba.
 - (x) Música Eletrônica.
 - () Rap.
- Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?
-

Comecei a produzir música eletrônica pelo fim de 2014, fui convidado para tocar em um evento, só sabia produzir, não sabia tocar, me ensinaram em uma noite, na seguinte eu toquei. Entrei para o Coletivo TRES4 de música eletrônica, produzindo eventos que lideraram o underground da região, tal coletivo responsável por tudo que sei e sou como profissional da música eletrônica.

- quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:
 - a) () digital.
 - b) () analógico.
 - c) (X) ambos.
 - d) () nenhum.
- Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?
 - (X) Facebook.
 - (X) Instagram.
 - () Whatsapp.
 - () Google.

- ☒ YouTube.
- ☐ rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).
- ☐ web rádios e web TVs.
- ☐ videogames e vídeos.
- ☒ Portais de Internet. Qual? Soundcloud, Mixcloud_____
- ☒ Outro. Qual? Podcasts_____
- ☐ Nenhum.
- Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?
 - ☐ Rádio.
 - ☐ TV.
 - ☐ trilhas para filmes e propagandas.
 - ☐ jornais.
 - ☒ folhetos.
 - ☐ nenhum.
- Como tais recursos são usados?
 - ☒ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.
 - ☒ Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.
 - ☒ Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.
 - ☒ Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.
 - ☐ Outro. Qual? _____
- Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?

Sim, sem dúvida existe uma grande monopolização e é difícil competir com grandes gravadoras, pela divulgação que conseguem pagar. Por outro lado, nunca foi tão democrático divulgar nosso trabalho. A alteração dessa situação acredito eu, atingindo formas mais democráticas e que visam na igualdade dos produtores de conteúdo e menos controle de bigdata, ferramenta com potencial de controlar aquilo que você irá ouvir.

- Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?

Nunca mas comecei cedo lidando com essas plataformas para divulgação, acredito que

outras pessoas podem ter mais complicações, a maioria dos problemas são relacionados à pagamento e uma vez tive problema com a alteração do nome do meu projeto musical, tive que entrar em contato com a equipe do facebook diversas vezes. a mesma coisa para gravadoras massivas.

- As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais?

Não, as apresentações ao vivo duram cerca de 3 horas no máximo, as ações feitas com meios digitais, se tudo seguir como planeja, são trabalhadas durante os outros 59 dias para divulgação e propaganda. (dois meses de antecedência)

- As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?

Na música eletrônica somente você e conhecidos próximos sabem que a música que está tocando é sua naquele momento, o restante não se importa se aquela música é sua ou não, desde que você mantenha a energia do momento para a pista. Já na internet você tem potencial de divulgar uma música sua na mesma proporção em que divulga um djset (gravação digital de uma apresentação)

- Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?

Sim, Coletivo TRES4, responsável por tudo que sei e aprendi, hoje é muito possível criar um e é mais fácil encontrar pessoas com gostos em comum, além de ser muito melhor produzir um evento que não partirá das organizações públicas, montar um coletivo de produção artística é um dever dos artistas. Além das festas particulares, também organizamos festas em praças públicas, corremos atrás de toda a burocracia e já desistimos muitas vezes de lidar com a prefeitura para organizar eventos gratuitos pelo povo porque todos são financiados do nosso próprio bolso com o intuito de levar a cultura eletrônica para a população de maneira gratuita. Todos os eventos estarem lotados só mostra que a população é carente e exigente em toda forma de lazer.

- Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?

Sim, eventos da tres4 também lidam com exposição, fazemos em bares e casas noturnas, festas de médio e grande porte.

- É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto?

Sim, outra proposta da TRES4 é exportar artistas que estão tanto carregando a cena da eletrônica na metrópole quanto os que estão emergindo na região, estamos sempre juntando os dois lados da moeda, é nossa obrigação como coletivo, é mais fácil também lidar com outros artistas quando os mesmos são de outro coletivo.

- Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?

Sim, festas produzidas por nós como a visita techno, em editais não fomos aceitos, e já notamos que existe um monopólio também nas produções de eventos que pegam os editais, sempre pessoas com nome. uma solução seria uma reforma na secretaria da cultura para também, entender quais os interesses públicos de lazer e dar oportunidade de ação para pequenos produtores, Bauru como uma cidade universitária está lotada de pequenos produtores de tudo, desde eventos, à música, minha visão como uma pessoa de uma cidade pequena, é que Bauru tem potencial artístico gigantesco preso e limitado na gaiola das festas de república e do underground.

- Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?

Eu não mas pretendo, um membro do coletivo deu curso no sesc, já dei um curso na semana de rádio TV da UNESP, mas não fui remunerado, mas ganhei um livro, e alguns mimos.

- As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?

Na verdade uma complementa a outra, podemos estar perto de utilizar programas de graça (piratas) e acredito que essa é uma forma de democratizar a arte, por outro lado, é impossível atingir plataformas digitais como o spotify sem uma gravadora, por outro lado existem gravadoras gratuitas que disponibilizam sua música nessas plataformas, porém seu lucro é de quase 0.0001 cents por reprodução. e eles terão os direitos autorais de sua

música.

- A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?

"cade as notas que estavam aqui? eu não preciso delas, basta fazer com que fiquei soando bem aos ouvidos" Chico Science.

Acho que a formação musical uma forma de você entender plenamente o que você esta fazendo, existem outras formas de você observar e entender o que você faz hoje na música. Mas uma formação musical, ou uma formação técnica no meio de produção, é a ferramenta mais poderosa de um produtor hoje em dia. Porém, pra produzir musica eletrônica tem que entender desde informática básica à programação, notas acordes, softwares, elétrica básica, elétrica avançada, hardware, audiovisual, sound design... A produção de musica eletrônica envolve muita coisa.

- Como você avalia o público de música independente em Bauru?

Temos consumidores de música e consumidores de ambiente musicais. consumidores de música é a família que a gente escolhe, consumidores de ambiente musical é a família que escolhe a gente. Aqui em Bauru é muito fraco para todos os públicos mas mesmo assim, pra mim, agudense, é precioso demais por conseguir ultrapassar 180 pessoas em um evento.

- As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Sim, porém se a arte é transmorfa, a tecnologia tanto quanto, a arte acompanha a tecnologia ou a tecnologia acompanha a arte? Tudo é mais fácil de se aprender, temos mais video-aulas no youtube do que profissionais bem sucedidos na área. Se o profissional não acompanhar a transformação tecnológica, é cinco anos para tudo que vivemos atualmente se tornar vintage.

- Como você avalia a produção musical independente de Bauru?

a produção é maravilhosa e desvalorizada pelo público, bares, etc. não temos apoio nenhum, muitas menos dos outros coletivos, porém todos estão correndo pelas próprias pernas quando se apoiando todo mundo estaria caminhando pra algo muito mais forte.

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

APÊNDICE H – Amanda Ingrid – RAP**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Amanda Ingrid Data 13/04/2020

Nome completo do participante:

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

61) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

- bb) ☒ RAP
- cc) ☐ Sertanejo Universitário.
- dd) ☐ Funk Carioca.
- ee) ☒ Pop Nacional.
- ff) ☐ Pop Internacional.
- gg) ☐ MPB.
- hh) ☐ Rock.
- ii) ☐ Samba.
- jj) ☐ Música Eletrônica.

2) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

Comecei a cantar em 2014 no grupo D'Quebra, após alguns anos formei o grupo Ouro D'Mina com mais 3 integrantes até começar a fazer parte do coletivo de sistema de som Sementes Livres Hifi como pon di Mic. Além das músicas também criei e organizei eventos como Expresso Hip Hop e Semana da Consciência Negra no CÉU de Ourinhos em 2017 e co-organizei demais projetos da região.

3) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

- a) ☒ digital.
- b) ☐ analógico.
- c) ☐ ambos.
- d) ☐ nenhum.

4) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- hh) ☒ Facebook.
- ii) ☒ Instagram.
- jj) ☒ Whatsapp.
- kk) ☒ Google.
- ll) ☒ YouTube.
- mm) ☒ rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).
- nn) ☒ webrádios e webTVs.
- oo) ☒ videogames e vídeos.
- pp) ☒ Portais de Internet. Qual? _____
- qq) ☒ Outro. Qual? Todos os meios disponíveis são utilizados pra divulgação dos trabalhos e todos são importantes.

☐ Nenhum.

5) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

y) ☐ Rádio.

z) ☒ TV.

aa) ☐ trilhas para filmes e propagandas.

bb) ☒ jornais.

cc) ☒ folhetos.

☐ nenhum.

Analógicos que mais tiveram presentes no meu período de atividade foram TV, Jornais e folhetos.

6) Como tais recursos são usados?

u) ☐ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.

B(☒) Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.

v) ☒ Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.

w) ☐ Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.

☐ Outro. Qual? _____

7) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação? Geralmente os jornais independentes faziam a divulgação ou jornais da cidade por meio da cobertura do evento.

8) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?

Eu acredito que há espaço pra todos, mas o impulsionamento do seu trabalho vai depender de quanto você pode investir (\$), essa é uma dificuldade!

9) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais?

Os shows trazem mais retorno financeiro, mas a divulgação digital trás mais visibilidade.

10) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?

não, o show ao vivo faz com que o público consiga sentir a energia, mas um estúdio oferece melhor qualidade para se ouvir e analisar o trabalho.

11) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?

Sim, o Soundsystem sementes livres hifi de Botucatu.

12) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?

Eu precisaria pesquisar e reunir uns materiais pra te informar os nomes dos eventos mas foram muitos entre festivais de música inclusive fora da cidade de Bauru, feiras de literatura, de artes...mas são informações possíveis de se encontrar na nossa página. O Ouro D'Mina em específico por ser um grupo de 4 mulheres negras, era muito convidado pra vários eventos que tivessem intuito de alguma razão social ou ideologia.

13) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto?

Eu acredito que se tem vontade, mas com pouca experiência. Mas acredito sim ser possível, inclusive com artistas de outros gêneros musicais.

14) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?

sempre. RS Nós fomos selecionadas no editar da prefeitura de Bauru para se apresentar no 123º aniversário da cidade e sempre tem uma devolutiva muito positiva. Apesar do horário não ser o melhor, as pessoas fizeram questão de estarem lá e foi muito enérgico! Esses tipos de eventos contribui muito para a carteira de um artista.

15) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi? – NÃO.

16) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?

Nunca participei de um esquema de gravadoras. Pra mim sempre foi uma dificuldade. O que podíamos pagar era a produção da música, o restante era por conta própria e as ferramentas disponíveis gratuitamente nos ajudaram muito.

17) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?

não acredito que seja suficiente, não só de conhecimento se forma um artista de sucesso, vai muito de como você é como pessoa, mas acho importante quem puder se dedicar ao estudo da música só vai agregar. Seja técnicas vocais ou um instrumento, entrar cada vez mais no mundo da música abre mais possibilidades.

18) Como você avalia o público de música independente em Bauru?

Acredito que seja sim um público fiel. As pessoas se fazem presentes nos shows, eventos, batalhas. Quem é do meio acompanha e quem não é do meio procura conhecer.

19) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Sim! Vejo vários grupos de pessoas periféricas que estão conseguindo produzirem a si mesmo justamente por essa possibilidade já existir.

20) Como você avalia a produção musical independente de Bauru? Eu vejo que muitos artistas vão atrás cada vez mais de novas possibilidades, e vai fazendo seu trabalho como for possível e saem ótimos trabalhos. O que eu acredito que precise melhorar são as produções dos espaços para esses artistas. Também há formação disponível para ser um organizador, acho que precisam sair do cômodo do "fortalecimento" e começar a profissionalizar a presença dos artistas independentes nos espaços. É diversão porém é um trabalho sério. Querer é poder e acredito que todos podem fazer mais!

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

APÊNDICE I – Josiel Rusmont – Pop Nacional

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Josiel Olimpio de Jesus Rusmont Data 12/04/2020

Nome completo do participante:

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

1) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

kk) () Sertanejo Universitário.

ll) () Funk Carioca.

mm) (x) Pop Nacional.

nn) () Pop Internacional.

oo) (x) MPB.

pp) (x) Rock.

qq) () Samba.

rr) () Música Eletrônica.

ss) () Rap.

- 2) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você _____ completará _____ em _____ 2020?

A música veio um pouco tarde, aos 18 anos. Por não ter histórico na família, talvez. Auto didata, estudei em casa por muito tempo, depois procurei professores para auxiliar e abrir portas para conhecimentos específicos. Técnico em Informática e técnico em Áudio pelo CAM, atuo nessa área já fazem mais de 15 anos.

- 3) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

a) (x) digital.

b) () analógico.

c) () ambos.

d) () nenhum.

- 4) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

rr) (x) Facebook.

ss) (x) Instagram.

tt) () Whatsapp.

uu) () Google.

vv) (x) YouTube.

ww) () rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).

xx) () webrádios e webTVs.

yy) () videogames e vídeos.

zz) () Portais de Internet. Qual? _____

aaa) () Outro. Qual? _____

bbb) () Nenhum.

- 5) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

dd) (x) Rádio.

ee) (x) TV.

- ff) () trilhas para filmes e propagandas.
- gg) () jornais.
- hh) () folhetos.
- ii) () nenhum.
- 6) Como tais recursos são usados?
- x) () Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.
- y) () Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.
- z) (X) Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.
- aa) () Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.
- bb) () Outro. Qual? _____
- 7) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação? O Espaço na mídia digital aumentou, visto que, há facilidade de expor o material. A atual situação traz o problema de não haver critérios. Logo pode-se consumir de tudo. Algumas coisas com qualidades musicais e outras nem tanto.
- 8) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi? Não.
- 9) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais? No momento não. Há um buraco ainda, diante de todas essas informações. Mesmo com esse consumo em massa, a classe independente não é tão consumida assim. Não há essa credibilidade. Acredito que por não haver investidores em marketing. Mercado mudou.
- 10) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações? Há uma divergência aí. Depende bastante da produção. Desde captação do áudio, iluminação etc
- 11) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um? Não faço parte. Porém, o Criasom estúdio sempre visa divulgar e trabalhar em conjunto com compositores e artistas locais.
- 12) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais? Fiz produção de dois espetáculos do cantor e compositor Nelson Itaberá. Rodamos em turnê pelo interior de São Paulo. Foram 22 shows e um DVD pelo PROAC.

- 13) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto? Acredito que não haja por parte de todos.
- 14) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi? Fizemos dois anos consecutivos o Festival de Inverno em parceria com a Secretaria de Cultura de Bauru.
- 15) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi? Sim, sempre toco no Sesc com meu trabalho autoral ou faço produção de shows de artistas.
- 16) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor? Facilita, mas não consolida. Dá liberdade porém, não dá credibilidade. Há um paradoxo grande aí.
- 17) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares? Música é a essência. Uma boa receita de bolo. Você tem que fazer esse bolo ser o mais saboroso. Logo, pensar em como as pessoas provarão esse bolo. Será o trabalho do Marketing.
- 18) Como você avalia o público de música independente em Bauru? Infelizmente fraco. Geralmente são músicos indo aos shows de outros músicos. A população que deveria consumir, ou não tem acesso, ou fica sempre ligada no que é mais televisionado...
- 19) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru? Acredito que sim. Mas precisaremos pensar em cada vez mais, ter algo mais profissional. A fim de consolidar como artista e não como um aventureiro da arte.
- 20) Como você avalia a produção musical independente de Bauru? Existe quem quer ser profissional. Quem enxerga isso, quem quer fazer isso, já consegue ver uma empresa em seu trabalho. Há muita ilusão em achar que ser independente é ser underground, fazer tudo de qualquer jeito, não procurar se estruturar, não investir nisso. Aí, é aventura mesmo.

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

APÊNDICE J – Déric de Oliveira – Sertanejo Universitário**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma da tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

Data 16/04/2020.

Déric de Oliveira

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

QUESTIONÁRIO

1) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

- a) (X) Sertanejo Universitário.
- b) () Funk Carioca.
- c) () Pop Nacional.
- d) () Pop Internacional.
- e) () MPB.
- f) () Rock.
- g) () Samba.
- h) () Música Eletrônica.
- i) () Rap.

2) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

CARISMA, DESCONTRAÇÃO E MUITO TALENTO É FÓRMULA DO SUCESSO DA DUPLA.

DÉRIK & LUCIANO formam hoje, uma das duplas da nova safrada música sertaneja no Brasil. Mas, para chegarem até aqui, vem percorrendo um caminho de muita luta.

Dérik, natural de Santo André/SP, deixou a cidade com apenas dois anos mudando-se para Socorro/SP, onde residiu até seus oito anos de idade mudando-se em seguida para Bauru/SP, local onde reside atualmente. Percebeu sua paixão pela música ainda criança, quando acompanhava seu tio em festivais sertanejos. Começou a mostrar seu talento em eventos realizados em sua escola e festas organizadas por amigos e familiares.

Luciano, natural de Jundiaí/SP, deixou a cidade com apenas um ano mudando-se para Umuarama/PR, local onde residiu até seus 10 anos de idade mudando-se em seguida para Bauru/SP, local onde reside atualmente. Também sabia que música estava em suas entranhas e dela não poderia fugir e por influência do pai, cedo aprendeu a tocar violão e acordeão e quando ainda menino já mostrava seu talento tocando em bailes, festas e eventos informais.

Após algumas tentativas e parcerias que não deram certo por parte de ambos, o destino tratou de uni-los e desde então a luta tem sido árdua mais perseverante em busca dos seus ideais.

Toda esta história de vida, onde as dificuldades e as pedras do caminho se apresentaram sem modéstia, fez com que Dérik & Luciano fizessem o compromisso: determinação e persistência.

Estes dois princípios norteadores da vida dessa dupla trazem o resultado para muito perto, o sonho está ao alcance das mãos. Respeito pelo público, produção de um trabalho altamente profissional, humildade e transparência, permeiam a história destes dois amigos e parceiros.

O reconhecimento do público, será a concretização de um sonho de dois jovens amigos que somente queriam viver fazendo aquilo que mais gostam de fazer: cantar!

Com o objetivo de respeitar e transmitir alegria para seu público, Dérík & Luciano vem conquistando reconhecimento através de seu trabalho por onde passam, garantindo assim seu espaço no meio sertanejo.

3) quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

- a) ☒ digital.
- b) ☐ analógico.
- c) ☐ ambos.
- d) ☐ nenhum.

4) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- a) ☒ Facebook.
- b) ☒ Instagram.
- c) ☒ Whatsapp.
- d) ☐ Google.
- e) ☒ YouTube.
- f) ☒ rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).
- g) ☐ web rádios e web TVs.
- h) ☐ videogames e vídeos.
- i) ☐ Portais de Internet. Qual? _____
- j) ☐ Outro. Qual? _____
- k) ☐ Nenhum.

5) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- a) ☒ Rádio.
- b) ☐ TV.
- c) ☐ trilhas para filmes e propagandas.
- d) ☒ jornais.
- e) ☒ folhetos.
- f) ☐ nenhum.

6) Como tais recursos são usados?

- a) ☒ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.
- b) ☐ Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.
- c) ☒ Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.
- d) ☒ Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.
- e) ☐ Outro. Qual? _____

7) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?

Com a chegada da internet se tornou muito mais fácil para divulgar nossos trabalhos, uma vez que para certos meios de comunicação ainda se torna inviável devido ao alto custo cobrado.

8) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?

Pra gente não tem sido difícil fazer uso dessas ferramentas tendo em vista que tudo é bem auto explicativo e dinâmico para utilização.

9) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às apresentações feitas com os meios digitais?

Financeiramente sim, porém nos dias de hoje com o grande número de duplas no meio, ficou bem mais difícil a concorrência. Já através dos meios digitais existem as possibilidades de outras pessoas terem acesso ao nosso trabalho.

10) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?

Com certeza, não dá para comparar uma apresentação ao vivo com algo digitalizado, a sensação de passar e receber emoção não tem como ser superada a distância.

11) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?

Não! Acredito que nos dias de hoje se torna muito difícil a criação de um grupo devido a correria diária e por conta de ter que cuidar da carreira e das coisas da dupla.

12) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?

Somos hoje dupla Oficial do Circuito de Rodeios Chacrá do Tadeu, onde nos apresentamos em vários rodeios da nossa região e também fora do estado.- Bauru/SP / Arealva/SP / Iacanga/SP / Dobrada/SP / Taquaritinga/SP / Tabatinga/SP / Ibitinga/SP / Bariri/SP / Guariba/SP / Pradópolis/SP / Caconde/MG / Presidente Alves/SP / Itápolis/SP / Dois Córregos/SP / Borborema/SP / Boracéia/SP / Pirajú/SP / Pirajuí/SP, entre outras.

13) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto?

Na nossa opinião não, tendo em vista que cada um corre mais atrás dos seus ideais, ocasionando assim a falta de tempo para dedicação a tal.

14) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música na cidade? Se sim, como foi?

Não, ainda não tivemos o prazer.

15) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?

Não, ainda não tivemos a oportunidade.

16) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?

Com certeza as ferramentas disponíveis facilitam muito mais o acesso e divulgação, tendo em vista que hoje em dia qualquer pessoa tem acesso à internet.

17) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?

Com certeza toda e qualquer formação adicional ajuda muito, uma vez que hoje muitas duplas apresentam praticamente o mesmo trabalho, tendo alguém diferencial ajuda muito a se sobressair sobre os demais.

18) Como você avalia o público de música independente em Bauru?

Bauru é uma cidade muito difícil para trabalhar, uma terra que não tem oportunidades para músicos da casa. Não existe um projeto sequer voltado à divulgação das pratas da casa, valoriza-se muito o externo, deixando o interno de lado. Com isso o público interno, muitas vezes, não tem nem a possibilidade de conhecer alguns trabalhos de artistas residentes.

19) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Com toda certeza, uma vez que a tecnologia chegou pra ficar e melhorar muito em vários aspectos e infelizmente os profissionais quem não acompanhar a evolução hoje em dia acabam ficando para trás com certeza.

20) Como você avalia a produção musical independente de Bauru?

Bem complicada, pois, às vezes, muitos projetos bons acabam ficando em gavetas por falta de oportunidade de divulgação, infelizmente hoje o profissional independente de Bauru está sem amparo para desenvolver seus projetos.

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

APÊNDICE K – Mc Nath Menorzinha – Funk Carioca
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, Wellington C. Martins Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”, cujo objetivo é conhecer como os músicos autônomos utilizam os meios de comunicação disponíveis para gerir e promover suas carreiras. Os dados aqui fornecidos serão apresentados ao público em forma de tese de doutoramento, artigos científicos e livros acadêmicos, de forma gratuita.

Solicito por meio deste documento o seu consentimento para a participação nessa pesquisa por meio de uma entrevista, que será gravada para facilitar a posterior análise das informações coletadas. Sua participação é voluntária e é garantida a liberdade da retirada do consentimento sem que esta atitude traga qualquer prejuízo.

Desde já agradeço sua contribuição e, caso tenha alguma dúvida, estaremos à disposição para esclarecimentos pelo telefone (14) 99146-7616, e pelos correios eletrônicos wellington.leite@unesp.br e dino@lecotec.org.

Declaro que, após convenientemente esclarecido pelo pesquisador e ter entendido o que me foi explicado, consinto em participar da presente pesquisa.

_____ Data 20/04/2020.

Mc Nath Menorzinha

Wellington C. M. Leite – doutorando PPGMiT - FAAC/UNESP

Antônio Francisco Magnoni – orientador FAAC/UNESP

Questionário

1) Qual o gênero musical está mais próximo do seu trabalho?

- a) ☐ Sertanejo Universitário.
- b) ☒ Funk Carioca.
- c) ☐ Pop Nacional.
- d) ☐ Pop Internacional.
- e) ☐ MPB.
- f) ☐ Rock.
- g) ☐ Samba.
- h) ☐ Música Eletrônica.
- i) ☐ Rap.

2) Por favor, escreva sua biografia de forma resumida. Quantos anos de carreira você completará em 2020?

Meu nome é Natália, sou uma jovem bauruense atualmente conhecida como Mc Nath. Em 2020 farei 24 anos e 7 de carreira.

3) Quais meios são mais e melhores utilizados na divulgação de suas composições e formas de apresentação:

- a) ☐ digital.
- b) ☐ analógico.
- c) ☒ ambos.
- d) ☐ nenhum.

4) Dentre os meios digitais, quais as ferramentas e aplicativos são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- a) ☒ Facebook.
- b) ☐ Instagram.
- c) ☐ Whatsapp.
- d) ☐ Google.
- e) ☒ YouTube.
- f) ☐ rádios sociais (Deezer, Spotify, etc.).
- g) ☐ web rádios e web TVs.
- h) ☐ videogames e vídeos.
- i) ☐ Portais de Internet. Qual? _____
- j) ☐ Outro. Qual? _____
- k) ☐ Nenhum.

5) Dentre os meios de comunicação analógicos, quais são os mais utilizados e apresentam melhores resultados?

- a) ☐ Rádio.
- b) ☒ TV.
- c) ☐ trilhas para filmes e propagandas.
- d) ☐ jornais.
- e) ☐ folhetos.
- f) ☐ nenhum

6) Como tais recursos são usados?

- a) ☐ Por meio de pagamento para divulgação de shows e de músicas.

- b) () Por meio da amizade com profissionais da mídia, sem custos.
- c) (X) Através da ajuda de amigos, fãs e conhecidos que compartilham conteúdo de forma voluntária.
- d) () Através de impulsionamentos pagos nas mídias digitais.
- e) () Outro. Qual? _____

7) Você acredita que aumentou ou diminuiu o espaço para você nos meios de comunicação? Como é possível alterar essa situação?
Aumentou através de amigos mesmo.

8) Você já sentiu dificuldade de fazer uso das ferramentas gratuitas de divulgação, como Facebook, YouTube e outros? Se sim, qual foi?
Não.

9) As apresentações ao vivo ainda asseguram melhor retorno em comparação às ações feitas com os meios digitais?
Não.

10) As apresentações ao vivo são melhores que os vídeos e áudios gravados para apresentarem novas composições/gravações?
Não.

11) Você já participou ou participa de algum coletivo de música? É possível criar um?
Nunca participei, mas é possível sim.

12) Você já participou de algum circuito de apresentações em Bares, exposições, feiras e festas? Quais?
Sim, alguns eventos em cidades vizinhas.

13) É possível organizar um circuito com outros músicos? Os músicos da cidade estão abertos à empreendimentos em conjunto?
Muitos músicos não reconhecem o trabalho do outro, talvez por alguma insegurança, ou não sei. Mas é impossível. Alguns, não são todos, ainda existem pessoas boas e com disposição a se juntar ao próximo.

14) Você já participou de editais ou projetos públicos de valorização da música da cidade? Se sim, como foi?
Participei de alguns eventos, como parada da diversidade, aniversário da cidade...o pessoal recebeu de braços abertos (o “público”).

15) Você já participou de iniciativas remuneradas de entidades como Sesc, Sesi e similares? Se sim, quais e como foi?
Não.

16) As ferramentas disponíveis hoje facilitam a vida profissional do músico? Ou o esquema das gravadoras ainda é melhor?
Então, o esquema da gravadora ainda é melhor.

17) A formação musical é suficiente para o sucesso na carreira? Você aconselha formações complementares?
A formação musical é importante sim, talvez seja o primeiro passo para o sucesso

quando não se tem uma musica estourada pela mídia.

18) Como você avalia o público de música independente em Bauru?

Muito bom. Tem pessoas que valorizam muito mais que muitos contratantes.

19) As novas possibilidades tecnológicas oferecem melhores perspectivas para os próximos profissionais da música que trabalharão em Bauru?

Sim.

20) Como você avalia a produção musical independente de Bauru?

Bauru é uma cidade muito grande, com muitos artistas bons. Porém, infelizmente, com muita falta de oportunidades.

Aqui, você pode fazer quaisquer adendos, comentários, correções e observações que sejam consideradas úteis aos que forem ler este documento público.

APÊNDICE L – Questionário ao público: aberto de 4 a 31 de março de 2020

O questionário, que obteve 286 respostas, teve o intuito de medir como as pessoas percebem a música de Bauru. A primeira parte continha a apresentação da pesquisa e a necessidade de que o respondente confirmasse que sua participação espontânea. 100% das pessoas responderam “sim”. Caso a resposta fosse “não”, o participante era encaminhado à página de agradecimento, sem possibilidade de responder às perguntas.

A Música Independente de Bauru

Meu nome é Wellington Leite, aluno do curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMIT), da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Bauru sob orientação do Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni, gostaria de convidá-lo (a) a participar da pesquisa “OS MÚSICOS INDEPENDENTES DE BAURU E O USO DE TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO: ACESSO E APROVEITAMENTO”. O objetivo é conhecer como a música independente é percebida pela população.

Sabendo que esta pesquisa é pública e que suas respostas serão usadas em uma tese de doutorado, em artigos científicos e em publicações acadêmicas, você concorda em participar livremente deste questionário?

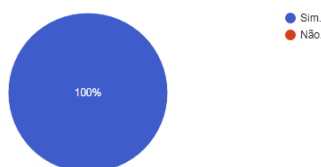
☐ Sim.

☐ Não.

Após a seção 1 Continuar para a próxima seção

Sabendo que esta pesquisa é pública e que suas respostas serão usadas em uma tese de doutorado, em artigos científicos e em publicações acadêmicas, você concorda em participar livremente deste questionário?

286 respostas



Na seção 2, elaboramos 10 perguntas simples. A recomendação de sermos sucintos foi justificada nessa parte: muitas pessoas se negaram a participar. Após várias tentativas (de 5 de março até 20 de março) de buscar participações orgânicas, ou seja, não-pagas, nosso esforço mostrou-se ineficaz. Fizemos, então, um empulsionamento pago no



Facebook de R\$ 50 reais dos dias 20 a 26 de março. Segundo dados do próprio

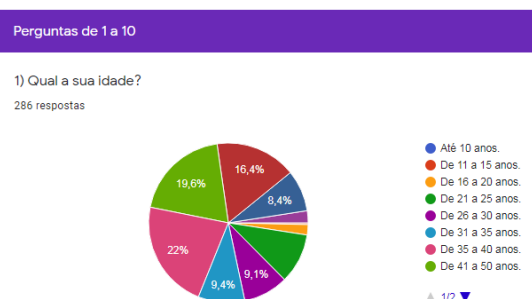
aplicativo, 11352 pessoas foram alcançadas. No Instagram, que pertence ao Facebook, sem pagamento, 218 pessoas foram alcançadas.



O alcance de pessoas menores de 17 anos foi insignificante, porque não foram alvo da pesquisa. Pessoas de 18 a 24 representaram: 3 mulheres e 5 homens; Pessoas de 25 a 34 anos representaram: 4 mulheres 10 homens; Pessoas de 35 a 44 anos representaram: 23 mulheres e 10 homens; Pessoas de 45 a 54 anos representaram: 87 mulheres e 21 homens; Pessoas de 55 a 64 anos representaram: 156 mulheres e 41 homens; Pessoas acima dos 65 anos representaram: 152 mulheres e 46 homens. Isso totalizou 558 pessoas em dispositivos móveis e em computadores. Porém, somente 286 é que participaram de fato. Número que ultrapassou a amostra de 267, que foi suficiente para termos 95% de confiança, com margem de erro de 6%. Segundo o IBGE¹⁴⁷, cálculo de 2019, Bauru tem uma população de 376.818 pessoas.

Para a primeira pergunta, quantos anos você tem, obtivemos:

Não obtivemos respostas de pessoas com até 10 anos; De 11 a 15 anos obtivemos 1 resposta, ou 0,3%; de 16 a 20 anos obtivemos 6 respostas, ou 2,1%; de 21 a 25 anos, 29 respostas ou 10,1%; de 26 a 30 anos, 26 respostas ou 9,1%; 31 a 35, 27 respostas ou 9,4%; 35 a 40, 36 respostas, ou 12,6%; de 41 a 50 anos, 56 respostas, ou 19,6%; de 51 a 60 anos, 47 respostas, ou 16,4%; de 61 a 70 anos, 24 respostas, ou 8,4%; e, finalmente, 7 pessoas acima dos 71 anos, totalizando, 2,4%.



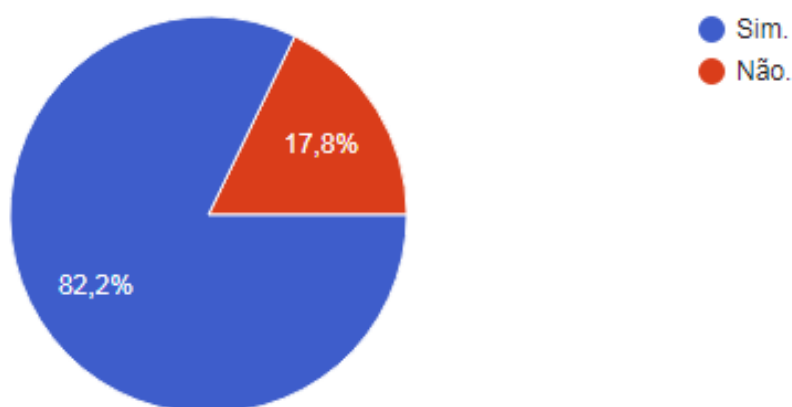
Na pergunta 2, você mora em Bauru, obtivemos 235 respostas positivas, ou 82,2%; e 51

¹⁴⁷Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/bauru.html> acesso em abril de 2020.

peças responderam negativamente, ou 17,8%. É importante notar que direcionamos a pesquisa aos bauruenses. Mas, pelos registros do Facebook, a região de Bauru foi abrangida, especialmente as cidades do entorno (Pederneiras, Piratininga, Agudos, etc.). Como muitos dos músicos bauruenses tocam nessas cidades, resolvemos não limitar a pergunta apenas a moradores da cidade.

2) Você mora em Bauru?

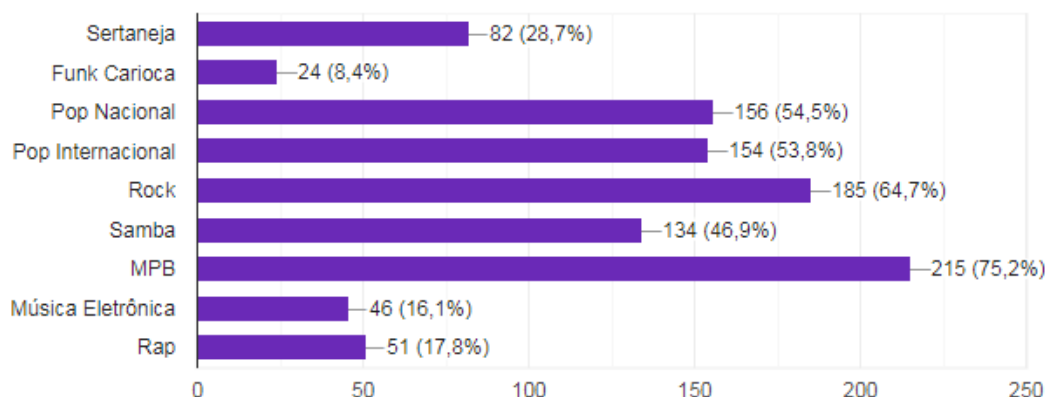
286 respostas



Sobre a pergunta 3, “Qual o gênero de música que você costuma ouvir? Pode marcar mais de uma opção.”, obtivemos os seguintes resultados:

3) Qual o gênero de música que você costuma ouvir? Pode marcar mais de uma opção.

286 respostas



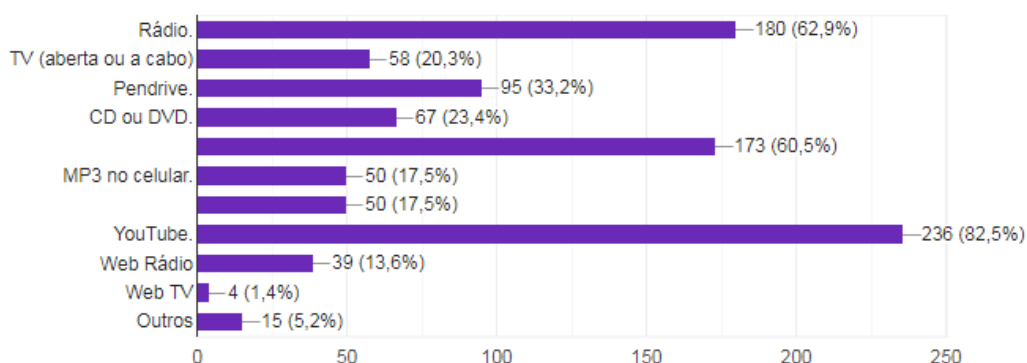
75,2% ouvem MPB; 64,7% ouvem Rock; 54,5% ouvem Pop Nacional; 53,8% ouvem Pop Internacional; 46,9% ouvem Samba; 28,7% ouvem Sertanejo; 17,8% ouvem Rap; 16,1% ouvem Música Eletrônica; e 8,4% ouvem Funk Carioca. Curiosamente, por estarmos ligados a atividades de produção (no rádio, na TV e em apresentações ao vivo) de MPB, e trabalharmos em uma das emissoras mais populares da cidade, reconhecida pela programação Pop Rock, o resultado pode ser reflexo das nossas conexões. Não

podemos afirmar com certeza, devido ao alcance da pesquisa e da falta de controle sobre quem é nosso público. De qualquer forma, cremos que esse registro é necessário.

Sobre a questão 4, “Quais os meios que você usa para ouvir música? Pode marcar mais de uma opção.”, obtivemos as seguintes respostas:

4) Quais os meios que você usa para ouvir música? Pode marcar mais de uma opção

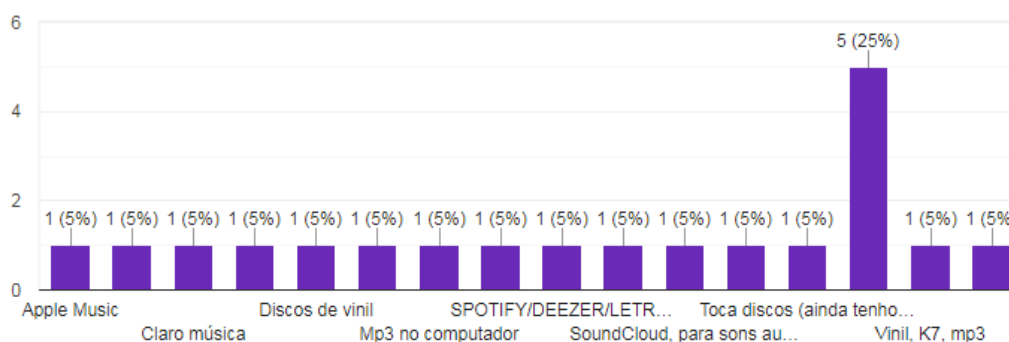
286 respostas



Surpreendemo-nos com as duas primeiras respostas: YouTube, com 82,5% e Rádio 62,9%; Rádios Sociais, como Deezer e Spotify, 60,5%; Pendrive 33,2%; CD ou DVD 23,4%; TV (aberta e a cabo) 20,3%; um empate de 17,5% entre MP3 no celular e Mídias Digitais, como Facebook e Instagram; Web Rádio 13,6%; Outros 5,2%; Web TV 1,4%. Especificamente sobre a resposta “outros”, temos o seguinte:

Se outros, Quais?

20 respostas



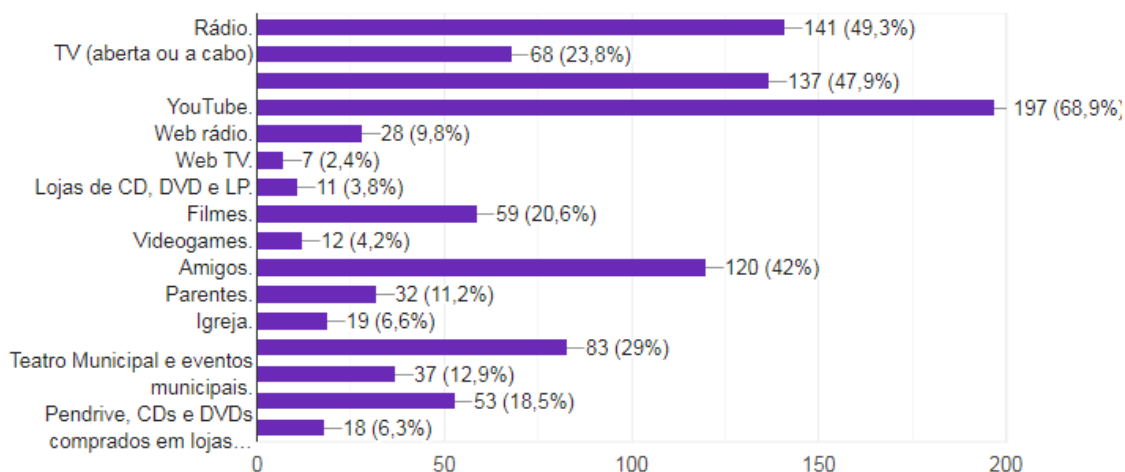
7 respondentes afirmar que ouvem Vinil (uma escreveu disco de Vinil e outra fez questão de escrever “Toca Discos, ainda tenho muitos discos”); e 13 pessoas deram respostas diferentes: Apple Music; Bares; Claro Música; Costumo baixar discos completos no computador; HD externo; MP3 no computador; uma escreveu MPB (mas não sabemos o que a levou a fazê-lo); outra destacou Deezer, Spotify, Letras e Lyrics Training, estes últimos, sites que têm letras de música e a possibilidade de ver uma gravação para cantar junto; som ao vivo; Sound Cloud para sons autorais; Spotify; Vinil, K7 e MP3; e, por fim, a resposta “clássica, lírica, sacra, de meditação”.

Quanto à quinta pergunta, “Qual a melhor opção para conhecer uma música nova ou um artista novo? Pode escolher mais de uma opção”, tivemos:

5) Qual a melhor opção para conhecer uma música nova ou um artista novo? Pode escolher mais de uma opção.



286 respostas

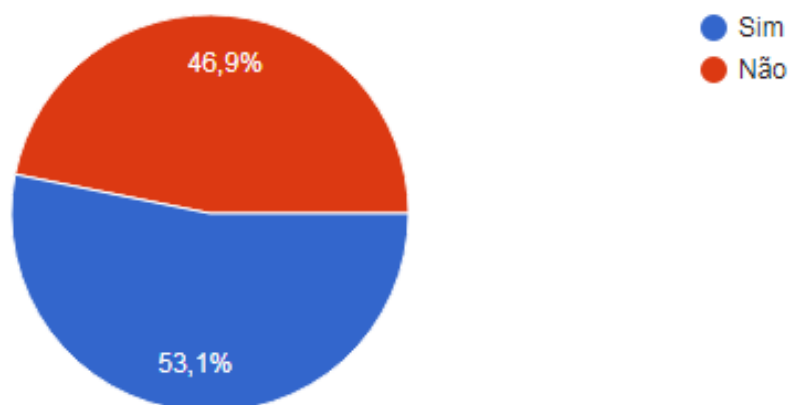


O YouTube, o rádio e as rádios sociais, respectivamente, com 68,9%, 49,3% e 47,9%. Depois, os Amigos, com 42%; SESC, SESI e outras instituições com 29%; TV Aberta ou a Cabo com 23,8%; Filmes com 20,6%; Festas, Exposições e Feiras de Arte com 18,5%; Teatro Municipal e eventos com 12,9%; Parentes, 11,2%; Web Rádio com 9,8%; Igreja, 6,6%; Pendrive, CDs e DVDs, 6,3%; Videogames, 4,2%; Lojas de CD, DVD e LP, 3,8%; Web TV 2,4%.

Sobre a 6, “Você conhece a música de Bauru?”, pouco mais da metade dos participantes disseram que sim, 53,1%.

6) Você conhece a música de Bauru?

286 respostas



Já na questão 7, “Você acha importante valorizar a música independente?”, 285 pessoas, ou 99,7%, responderam positivamente. Uma pessoa disse não.

7) Você acha importante valorizar a música independente?

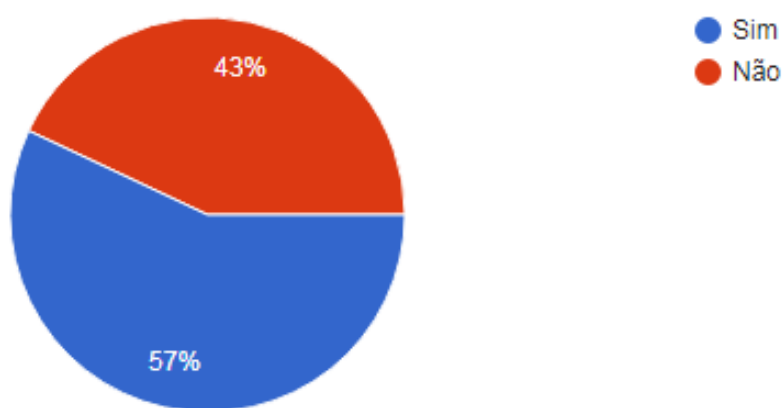
286 respostas



Na oitava, “Você já teve a oportunidade de apoiar algum músico independente?”, 163 pessoas, ou 57%, responderam sim. 123, ou 43%, disseram que não.

8) Você já teve a oportunidade de apoiar algum músico independente

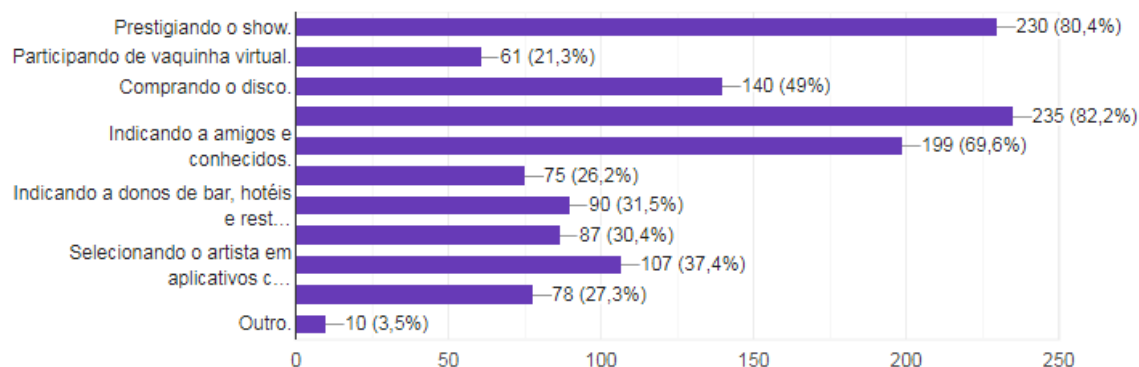
286 respostas



Tentando fazer com que a pessoa refletisse mais sobre a resposta anterior, na nona questão, “como você acha que é a melhor forma de ajudar um músico independente?”, também com a possibilidade de marcar mais de uma opção, tivemos os seguintes resultados:

9) Como você acha que é a melhor forma de ajudar um músico independente?

286 respostas



82,2% compartilhando o material de divulgação; 80,4% prestigiando o show; 69,9% escolheram a opção Indicando a amigos e conhecidos; 49% comprando o disco; 37,4% escolheram “selecionando o artista em aplicativos como Deezer e Spotify”; 31,5% indicando a donos de bar, hotéis e restaurantes; 27,3% pedindo música na rádio; 26,2% contratando para uma festa ou evento; 21,3% participando de vaquinha virtual; e outro, ficou com 3,5%.

Especificamente sobre o “outro”, tivemos as seguintes 12 respostas:

Se outro, qual?

12 respostas

Investindo nele

Comentários pessoais positivos, ou mesmo críticas construtivas. Nada mais gratificante do que um elogio, e nada mais humilhante do que gozação com um trabalho levado a sério.

Fazemos livres com bandas através do nosso estúdio

Prestigiar o show, e ajudar financeiramente se possível.

Levando os shows aos projetos sociais

Poder publico patrocinando a cultura em geral o lazer é um direito do povo e é inexistente em Bauru e Brasil

associando-se pagamento mensalidade para apoio Ex. ABAL Associação Brasileira dos Artistas Líricos de Campinas

Assessorando em Leis de Incentivo Fiscal

Radio

Sou produtor audiovisual e costumo fazer descontos e parcerias com músicos independentes.

Criando espaços e convidando para entrevistas e divulgação em veículos de comunicação

Divulgação como um todo.

A décima e última questão, “Deixe aqui seu comentário, sugestão, crítica ou comentário sobre a música independente que você acha que pode ajudar a refletir sobre o tema.”, foi a mais desafiadora por ser aberta. Entre “nada a declarar”, e caracteres desconexos, as 286 pessoas foram obrigadas a escrever alguma coisa. Abaixo, o quadro que contém com todas as respostas.

10) Deixe aqui seu comentário, sugestão, crítica ou comentário sobre a música independente que você acha que pode ajudar a refletir sobre o tema.
Bauru tem uma diversidade musical muito rica e deve ser apoiada.
Na minha opinião é importante trabalho essas questões na atualidade, porque elas fazem parte da nossa cultura, nossa identidade
Quem dera a música independente estivesse no rádio. Parece que sem o tal jabá, ela não toca. Que os músicos se unam! E que o poder público os estimule!
Os programas de rádio com este conteúdo são muito importantes para a disseminação e conhecimento.
Todo artista independente é um artista em ascensão. Ajudá-lo ou ajudá-la divulgando seu trabalho é uma alternativa para que o mesmo ou a mesma alcance seu objeto e divulgue seu pensamento em forma de música.
Ao pensar sobre a música, deveria ser inserida na escola, incentivando a Boa música
Tenho em vista que a música independente ela pode ser uma forma de inovar a música.
No momento nao consigo pensar em nada que possa ser util a uma reflexão sobre o tema
Acho importante além da divulgação dos fãs e etc, a parceria entre os próprios artistas em comum
As pessoas precisavam ser mais pró-ativas na busca por música. As mídias sociais dão várias possibilidades de se ouvir coisas novas, experimentar novos estilos, e as pessoas continuam indo na onda do que mais toca na rádio e na televisão, ou mesmo na "onda do momento"... Raros são os que têm opinião própria sobre o que gostam ou não de escutar. O que define o gosto de um indivíduo, na maioria das vezes, vem do coletivo do qual ele faz parte. As pessoas são muito únicas pra se limitarem desse jeito, mas ainda não se ligaram disso.
Existem muitos cantores e compositores com material bom, que as vezes não tem oportunidades ou a sorte de divulgar seu trabalho. É importante então levá-lo, mesmo que de forma independente, ao conhecimento do público.
Creio que um grande festival de música independente, autoral, é de grande importância para a cidade de Bauru.
Os autores e grupos independentes devem se adequar ao novo mercado. Onde mesmo com a globalização as pessoas buscam seus gostos pessoas. Criando vários mercados de nexo. Eles devem procurar seu público que mesmo podendo ser pequeno, será fiel.
Viver de arte nesse país sempre foi difícil, nos dias de hoje então....Os músicos têm que ter dois ou mais empregos e viver fazendo bgs em bares, o resultado é uma criação podada. Vejo o youtube, bem como outras mídias sociais, um espaço democrático e possível de expressão e divulgação.
Shows abertos ajudam a galera a conhecer o trabalho

Penso que deveria haver uma iniciativa pública municipal para apoiar artistas da cidade, através de eventos culturais, por exemplo
Música independente possui grandes adversidades e muitos músicos que são bons nem sempre são reconhecidos como deveriam.
o grande numero de mídias sociais e rádios comunitárias e até as piratas que divulgam os cantores ,duplas ou grupos da periferia, mostram artistas em profusão que fica difícil você acompanhar a carreira desse ou daquele artista iniciante, quando um deles se destaca parece que vem de cima pra baixo chega pra nós como fruto da grande industria de show.
Eu acho super importante conhecermos música independente, tanto para o público como forma de conhecer algo novo e quanto para o artista independente valorizando sua arte de forma a que eles possam ser mais valorizados e reconhecidos.
Parabéns pela pesquisa
As cidades em um modo geral deveriam ajudar mais os artistas da mesma.
Usar as mídias para divulgação de vídeos
A música independente tem sido uma saída muito viável devido às grandes facilitadoras atuais, que ligaram diretamente uma distribuidoras ao artista. Ex: OneRPM
Existem composições lindas, artistas maravilhosos. Há a necessidade de buscar uma maneira de ver-se como produto. Existir o produto, fazer embalagem do produto, colocá-lo na prateleira, vender.
A música independente tem que ser mais valorizada,ter mais epaço para os artistas locais e a população também deveria prestigiar mais esses artistas
acredito que é preciso valorizar a música independente, romper a bolha das gravadoras e do mercado musical.
As rádios da cidade poderiam valorizar mais e colocar algumas musicas dos artiatas da cidade na programação
.
Investir em comunicação é fundamental em todas as áreas, sobretudo na música, cujo oferta é ampla e complexa. Avalio que muitos músicos e bandas independentes negligenciam o uso regular e coerente de sites e redes para construírem o relacionamento com consumidores e investidores. Se considerarmos que muitas emissoras de rádio ignoram que deveriam, por força de lei, abrir espaço para a cultura regional, esses músicos independentes deveriam investir na comunicação digital com tanta força quanto o fazem em seus trabalhos autorais. Comunicação é uma "soft skill" que não pode ser ignorada.
Há uma pergunta sobre gêneros ouvidos no questionário (rock, MPB, etc.); não sei se é pertinente ao recorte, mas uma sensação é de que a música independente possui eventualmente maior fluidez e flexibilidade entre gêneros, sendo que é difícil enquadrar uma série de músicos independentes dentro de um gênero musical específico.
Música autoral
A prefeitura poderia instituir uma política municipal para estimular o setor, concedendo incentivos fiscais para bares e eventos que disponibilizem espaço para bandas e músicos independentes que produzam composições autorais sobre a cidade, cultura ou história de Bauru.
Comprar algum material, divulgar o que gostou e de fato contratar pra tocar (não "de graça"). Antes de mais nada, ouvir o que é próximo mas lhe é estranho.
Mostrar para os moradores de Bauru os músicos que temos em nossa cidade, e assim gerar mais visibilidade para a cultura local como forma de divulgação e conhecimento.
Vai q vai
Valorizem os músicos de sua cidade/região, independente do estilo musical!
Não tenho uma opinião formada ainda
O consumo massificado de música no Brasil tem uma direra ligação com a falta de educação musical nas escolas.
N

Acredito que as relações pessoais e profissionais, dos músicos em geral, devem servir como rede de apoio e também de compartilhamento. Quando ninguém apoia, acaba não alcançando o objetivo e não chega a muitos lugares, o artista se desmotiva e muitas vezes até desiste. Falta empatia e querer a felicidade do outro, falta valorizar o que temos de melhor em nossa comunidade.
.
Devemos prestigiar as musicas independentes pois são eles que tem conteudo e não essas musicas comerciais sem conteudos
Precisa de mais divulgação e oportunidades.
quem faz musica independente?
A promoção de contato com profissionais da área é extremamente importante para o desenvolvimento da cultura. Convidar referências para palestras, workshops etc é um investimento crucial
Nenhum
A música é uma arte universal que nunca deverá ser esquecida !
Investimentos da própria prefeitura ou empresas privadas em festivais ou shows como vitória rock e jardim cultural que já existem mais.
Tem mtos artista da música q não tem chance.
Não sei responder
As rádios poderiam abrir espaço gratuito para novas e novos músicos.
Sei que não é facil devido a muitas concorrências , mas só o fato da pessoa conseguir fazê-la e quando terminar , ouvir a sua própria música ja é um incentivo pois gera um sentimento de orgulho, mesmo que não venha fazer sucesso.Penso isso..
Perseveranca, persistencia; confiar no trabalho que faz, autodesenvolvimento, buscar o seu caminho e nao desistir daquilo que gosta e que faz.
Acredito que haja bastante espaço para a ascensão da música independente em Bauru, porém faltam portas abertas para uma melhor valorização do trabalho desses profissionais.
Acredito que a música independente de Bauru precisa ser um pouco mais ousada na hora da divulgação, existem grandes músicos na cidade, mas falta ceder ao interior, fazer conexões, parcerias e participações, entender que a música irá crescer como um todo e não só na cidade é essencial pra música e músicos que estão tentando consolidar uma carreira!
Na
Música deveria ser uma disciplina escolar. Principalmente nas etapas iniciais de formação de uma criança.
Não disponho de conhecimento para opinar.
Acho q todos tem oportunidades, mas infelizmente alguns se destacam mais outros menos, muitos deles tem um mega talento mas não tem a tal " sorte "
Sem mais
Não tenho comentario
Precisamos enxergar o músico como profissão, pois no cenário brasileiro temos o preconceito de que músico não precisa de estudo, trabalho e dedicação, ou seja, músico "não é trabalho". E a grande maioria dos músicos acabam levando a profissão apenas como um hobby / esporte, porque não conseguem sustento somente da música.
Sem comentários
Não sei como contribuir muito, me parece que a música hoje é cada vez mais de nicho, talvez por isso selecionei muito as opções baseadas em indicação pessoal.
Deveria ser mais valorizado o começo da carreira principalmente para mulheres que são chantageadas para poder mostrar seu trabalho
Otimo

Eu tenho a impressão que o artista local não é valorizado enquanto não está na grande mídia, com abrangência nacional. Parece que o orgulho em ser conterrâneo do artista só vai acontecer quando ele aparecer nacionalmente, o que entendo como algo lamentável.
Gosto muito de música ao vivo em barzinho e eventos de festas... sempre contrato músicos de bauru para festas de em casa poderia ter um site ou aplicativo de vários cantores , gêneros, vídeos e preços para facilitar e conhecer o trabalho dele...
Música independente para mim significa aplicar a democracia, saindo das máfias de divulgação.
Promovendo festivais
Toda arte deve eucar, é de diversidade que a cultura é feita
Que nunca se vendam pra Globo, a partir do momento q a música sai na novela, estraga.
Acredito que qualquer caminho "independente" vem cheio de desafios, e por isso, é muito importante estar preparado para o trabalho duro.
A secretaria de cultura municipal deveria promover festivais anuais ou bi-anuais para que se possam tornar conhecidas as músicas independentes.
Busquem espaços em projetos sociais e escolares.
Boa sorte...muito sucesso
Deve ser divulgada
Falta espaço para que a música independente possa ser ouvida por mais pessoa, inclusive eu que não conheço a música de Bauru
Potencializa a criatividade de novos músicos.
Vejo que há pouco apoio para os iniciantes, e quando existe há pouca interação ou interesse em valorizar o que está pertinho da gente. Falta eventos com grande divulgação, concursos bem organizados.
Pode ser criativa e boa. Apoiamos
O músico independente precisa de trabalho constante, ou seja, ter uma agenda com bastante shows. Mais espaços nas mídias oficiais para divulgar o trabalho e ser mais requisitados para eventos oficiais patrocinados por prefeituras e governos. Garantir um percentual no orçamento da cultura, não sei se já existe, para o músico independente.
Falta valorização da música independente e de qualidade.
Na música independente a poesia ganha vida em contextos esquecidos pela mídia corporativa
Acredito que eu preciso me inteirar mais sobre música. Tenho dificuldade em encontrar as novidades da música independente na rotina atual
No cenário do rock o povo prefere cover do que música independente. Doidera!
Acho legal
Acho que agora com a tecnologia e a mídia,a música independente está ganhando um pouco mais de espaço, mas tem muita gente boa que canta pra caramba e não tem oportunidades, infelizmente,e tem muita gente que não tem noção nenhuma do que é música boa e de qualidade!
As mídias sociais e aplicativos vêm colaborando muito pra divulgação de músicos alternativos e acredito ser a via mais eficaz pra apresentar um músico/banda. Além de incluir, ainda cria links com sugestões afins, que talvez jamais fossemos capazes de conhecer sozinhos.
A cidade também deve abrir espaços pra divulgação de seus músicos, o que acaba acontecendo de forma restrita e atingindo uma porcentagem pequena da população.
ADORO AS MUSICAS DE BANDAS, CANTORES LOCAIS.
As rádios e jornais da cidade deveriam apoiar mais os músicos da cidade.
Acredito que a música independente em Bauru é pouco divulgada
Penso que os músicos independentes de Bauru tem apoios importantes como o da Unesp FM e do Sesc, entre outros eventos espalhados pela cidade.

Se os músicos independentes usassem mais de estar colocando mais suas criatividades em suas interpretações não tentando imitar outros cantores sendo autênticos seria bem melhor.
Trabalho autoral ou versão de um sucesso, o que tem mais chances de tornar um artista conhecido?
Sem comentários, sugestões ou críticas
A música independente é uma sobrevivente, quando se fala em enfrentar o capitalismo, que reifica tudo que é possível. Tem pouco apoio e depende de entidades como o Sesc para a sua difusão. Penso: o que seria da arte, principalmente, a música sem o Sesc? Eu descobri a música independente pesquisando em todos níveis (internet, lojas, livrarias, reportagens, mídias e outras formas). A música independente exige do seu público uma postura ativa. Ou seja, ele deve ter um espírito de desbravador.
Falta mais divulgação sobre o tema
ok
A mídia, além das rádios, teria que apoiar mais esses artistas.
Talvez um espaço em mídia digital direcionado para músicos novos e independentes
Falta de espaços nos grandes meios de comunicação para melhor visualização.
Publicizar os espaços de música independente
A música independente local deve ser mapeada para que as pessoas a percebam com maior clareza.
Nada para pontuar
A música independente tem grande importância pois oferece melhores oportunidades de destaque de bons artistas.
Que tal uma página informando sobre as opções de músicos de Bauru e região, breve descritivo do repertório e trabalhos realizados por cada um + agenda de próximos shows,
Divulgação nas redes sociais
Para alguns músicos, o talento é tão grande que basta uma melhor assessoria de comunicação para que despontem para o mundo. Para ajudá-los, acredito que toda forma de divulgação seria benéfica.
Categoria muito desvalorizada
Valorizar o músico e a música independente se trata de valorar um produto que vc tem ao seu alcance.
Acho que a música independente pode revelar grandes artistas.
As rádios locais deveriam ter um horário do dia tocando somente músicas de músicos da cidade e região.
Não sei exatamente como atua um artista da música independente, mas acredito que o apoio deva ser fundamental para sua carreira, prestigiando e valorizando tal trabalho .
Acho importante prestigiar a música independente.
A grande maioria dos artistas de "sucesso" hj foram independentes ontem ,mas para alcançar a fama infelizmente vão ter que se sujeitar ao esquema do sucesso e das grandes mídias .
A cidade deveria dar mais oportunidades aos artistas independentes, pois só assim eles conseguirão obter e ter sucesso em seu trabalho.
Não costuma ser meu critério para gostar ou não de uma música.
Acredito que lugares como SESC desempenham papel fundamental na divulgação desse tipo de música. Porém, acho que bares e as rádios da cidade deveriam dar mais espaço para esses artistas, principalmente veiculando sons autorais... não precisaria, no caso de um bar por exemplo, que o artista se apresentasse; uma playlist rolando de fundo já começa a abrir mais esse espaço.
Parcerias com universidades pode ajudar. Por exemplo, conheci uma banda que fez a abertura de um evento científico na universidade. Achei ótima.
Acredito que hoje em dia com as mídias sociais ficou muito mais fácil o artista produzir seu próprio conteúdo e se inserir no mercado. A cidade também deveria oferecer mais opções de lazer inserindo artistas locais.

A música independente deve permanecer como independente, no sentido de não se vender ao mercado. Os artistas precisam, sim, de mais apoio, mais visibilidade, mais políticas públicas, mais espaço para se apresentarem, mas sem perder a característica fundamental deles: ser independente, ser a voz do povo.
Acho que falta apoio da secretaria municipal de cultura
Já lancei dois discos, também estive do lado do compositor, a visão é simples: o que vem de fora sempre é mais valorizado. Poucas casas de shows apoiam o músico autoral, pois ele ainda não vende, não gera lucro. Poucas pessoas, apenas amigos próximos, adquiriram meu disco e engavetaram. Ou você vai pra fora (web, rádio, TV) e conquista de fora pra dentro, ou cairá no esquecimento da cidade.
A música independente ainda tem pouco espaço nas mídias tradicionais. Hoje, para conhecer um artista diferente, percebo que depende muito do ouvinte ir atrás e estar inserido em discussões específicas sobre o assunto, seguir pessoas que falam sobre isso nas redes sociais.
Um segmento que precisa de espaço, porém a maior dificuldade está no próprio mercado que prioriza as músicas comerciais.
Atualmente fica muito difícil acompanhar as novidades da área da música.
Penso na música independente como um meio de música onde o próprio termo já define muito bem... Ou seja, independentemente de tudo há de acontecer! Ela é independente de fama, de dinheiro... Sendo assim, a mais sincera forma de música/arte. E penso eu que por ser a mais sincera maneira de se expressar artisticamente no meio da música, por que não valorizar? Afinal... Os músicos independentes fazem por mero amor ao que se faz, e quem não quer se manter fazendo o que ama? Todos queremos, e para talvez um dia chegar nossa vez, há de fomentarmos mais e mais quando se trata de algo feito com amor, consequentemente o universo começa a refletir essa vibração em tudo. E dentre os possíveis atos com um músico para que rode essa energia, toda soma é válida, seja ela numa conversa expressando-se sobre a música do mesmo ou até mesmo pagando-lhe um almoço, ou melhor ainda... Fazendo-lhe um almoço! Se todos que vão num show (supondo que de graça) se propor a pagar/fazer um rango pro músico, ele já vive o mês fazendo o que ama. Quero dizer que as vezes é mais fácil manter essa cena viva do que se parece... Por mais arte, mais amor no que se faz, e se possível, menos capital!
Não sei bem quais os meios de divulgação da música independente de Bauru, mas creio que não são muitos, pois não conheço especificamente uma artista da cidade que desenvolva esse trabalho. Talvez, intensificar o processo de divulgação.
Não conheço a música independente de Bauru, por que será?
A música independente precisa ser valorizada. O novo precisa ter espaço. O artista independente tem um papel muito importante na arte...pois, a música precisa se reciclar a todo momento.
A minha única questão é a qualidade do som, da música, da letra isso é importante.
O que realmente falta é o brasileiro entender que música é um trabalho e não simplesmente um hobby. Quando aprender este conceito certamente os músicos terão um espaço maior.
A música independente é importante para o prosseguimento do processo de criação artística e pode revelar grandes talentos. Infelizmente a falta de patrocínio muitas vezes impede o reconhecimento e divulgação. Não sou da área, mas sei o valor da música para o desenvolvimento do psiquismo humano.
A forma de se apresentar conta muito. Existe um certo preconceito com artistas independentes, sendo assim, é necessário quebrar essas crenças criadas sobre artistas independentes.
Não sei, no momento.
Eventos gratuitos para divulgação
Penso que deveríamos apoiar mais a música independente, pois de alguma forma a coisa tem que começar a acontecer. Bjs
Musica é cultura
Poderíamos ter uma comunidade em facebook sobre os músicos da nossa cidade.
Estamos acostumados a valorizar mais o que está longe do que o que está perto, inclusive na música!
Acho que deveria ter mais espaço no rádio para divulgação.
Sem espaços pra divulgação ou locais de apresentação

Essencial para a cultura local
Poderia ter mais eventos de difusão desses artistas.
Penso que falta espaço na mídia de massa. Existem programas nas grades das emissoras de rádio, porém falta amplificar essas ações tanto quantitativamente, quanto qualitativamente.
Poderia ter mais eventos de difusão desses artistas.
Faltam pessoas dispostas a conhecer coisas novas
Espaços públicos melhor utilizados, praças, feiras shoppings
A música independente atualmente assim como muitas outras expressões está extremamente associada as redes sociais na minha opinião. Mesmo não sendo de Bauru, o efeito Lagum pode ser destacado para demonstrar como você consegue alcançar as massas pelos meios digitais.
Divulgação ser maior
N/A
Acredito que há muitos artistas bons escondidos e que não tem oportunidades de terem seus trabalhos reconhecidos, por isso é sempre legal estar de olho nas redes sociais de amigos, plataformas de músicas, para descobrir artistas locais que você nunca ouviu falar.
Hoje as pessoas ouvem de tudo e isto também facilita no momento de divulgar, porém elas em geral não consomem o material como cd ou dvd em si, preferem ir no show da banda mas caso a banda não tenha recursos ou patrocínio fica muito complicado atender a esse público
...
Acredito que a música independente é a realidade deste mercado.
Acho que as rádios, bem como veículos de comunicação locais deveriam dar mais espaço para músicos independentes.
Nada a comentar
Não tenho nenhum comentário
Em Bauru poderia ter mais apoio e shows no Sesc e Sesi
Devem ocupar espaços públicos, o povo tem o direito de consumir boa música.
A Música popular bauruense precisa de alguém do ramo na secretaria de cultura da cidade, nunca se tem um músico com essa função na cidade. A verba da cultura também é sempre mal distribuída, não temos um evento que prestigie esses profissionais.
Acho que a música independente que já tive acesso aqui na minha cidade é boa porém acredito que falta um financiamento ou patrocínio para divulgar melhor, o que vemos é apenas artistas com fama ganhar espaço pois muitas vezes podem pagar por um espaço nas mídias.
Nada a declarar
Incentivar mais a MPB.
Acredito que a massa está mal-acostumada a enlatados ou com preguiça de conhecer novos artistas e novas sonoridades. A missão de conhecer e valorizar o artista independente está nas mãos de todos.
Sou músico, vivi de música durante muitos anos, e o que mais falta é união. Os músicos se unirem em prol de uma melhoria e valorização geral. Mas isso não acontece e enfraquece a cena musical independente. Veja um exemplo das duplas sertanejas, uma ajuda a outra a crescer na mídia, valorizando e fortalecendo a cena musical sertaneja. (que hoje no Brasil é a que movimenta maior dinheiro)
O músico independente deve se informar sobre os mais diversos gêneros ouvindo músicas diversas para suas influências e a história dos vários artistas brasileiros.
É a base dos gêneros musicais.
Investimento.
O tal sindicato dos músicos simplesmente explora e dificulta o trabalho dos músicos. Direito autoral precisa ser debatido em tempos de Youtube

Cada município deveria ter uma secretaria de cultura forte e interativa, onde uma de suas tarefas seria promover, por exemplo, festivais populares em que os músicos regionais fossem incentivados a participar. É claro que um Ministério da Cultura como apoiador dessa iniciativa.
Avalio que existem muitos artistas, músicos independentes no Brasil . Lutam e persistem com seus próprios meios, pois não possuem espaços na mídia , pois muitas vezes não seguem os moldes das gravadoras . Necessário grande esforço para que ocupem espaços
Acredito que falta mais incentivo por parte de patrocínio a bandas novas, além de que muitos não valorizam por não ser famoso. Devemos dar mais visibilidade para quem está começando.
Precisa se fortalecer cada vez mais
Gostei de participar espero que meus comentários contribua
Há muitos músicos excelentes em Bauru e os digo pela pro gestação cultural da cidade.
A música independente é fundamental para revelar novos músicos, para mostrar que há boa música fora das mídias mais tradicionais, para democratizar a produção e incluir bons músicos e bandas desconhecidos no circuito musical. Deveria haver maior estímulo, incentivos, investimentos e espaços públicos para apresentações nos municípios.
O uso das redes sociais tem sido a única forma de divulgação dos trabalhos daqueles que não têm acesso à mídia tradicional.
Acredito que se deveria dar mais espaço para artistas independentes para divulgação de suas músicas. Vejo que grande parte de bares, pubs e casas de shows em Bauru dá espaço para bandas que tocam cover de outras bandas, e não se observa músicas independentes sendo oferecidas.
Os bares da cidade não valorizam os músicos. Os cachês são insignificantes.
Não sei
Gostaria de ver um projeto de musicalização de diferentes gêneros nas escolas.
Sem comentários
O grande dificultador na divulgação do músico independente é o aspecto financeiro. A venda de CDs em locais de trânsito alto e reuniões de pessoas pode ser um bom negócio.
Música independente nem sempre é boa.
Divulgação
Ok
Falta apoio do público em geral e principalmente das casas de shows locais. Normalmente as iniciativas de fomentar os trabalhos autorais, partem dos próprios artistas.
Excelente pesquisa. A música independente costuma ficar em segundo plano, conhecida apenas localmente. Formas de divulgação nas mídias podem auxiliar em seu desenvolvimento.
Existem muitos artistas por esse Brasil a fora fazendo música independente, artistas que buscam promover seus trabalhos, seus projetos.O caminho alternativo como Sesc, Sesi e secretaria de educação
Sem mais
Sim
Devem criar meios de relacionamento com a população da cidade (meios digitais)
Há mas músicas independentes ótimas mas que não tem espaço de divulgação
Não tenho nenhuma opinião.
Casas de show não tem interesse em bandas autorais.
Para promover, podemos divulgar
.

A população de Bauru não atribui valor aos músicos independentes. Se recusam por exemplo a pagar portaria em bares para assistir aos shows, mas quando é de graça lotam os lugares
Não penso nesse exato momento em nenhuma música independente.
Acho importante valorizar a música independente e participar de show e fazer indicação
Os meios sociais como Facebook, Instagram ainda são pouco usados pelos músicos, quase não vejo divulgações sobre...
.
Se apresentar na rua é um bom modo de divulgação
Todos os músicos devem ter a chance de brilhar
De grande importância para nossa cultura música é vida
Considero que falta mais espaços para os músicos independentes mostrarem seu trabalho.
A música independente é imprescindível para a diversidade e pluralidade de expressão artística e de pensamento e estilo. Acredito ser necessário refletir maneiras de viabilizar e fomentar a criação de espaços e produção da música independente em âmbito local e regional.
Estamos no interior, é difícil! Porém, falta um pouco mais de ajuda e apoio dos moradores locais.
Temos que valorizar sempre um bom artista e uma boa música.
Os artistas independentes deveriam ser mais valorizados pela mídia, pois se dá destaque a poucos.
Precisamos divulgar todo tipo de música, afinal, musica é vida.
Todos estão abertos para fazer o que quiser, inclusive criar e expor suas músicas. Devemos inovar, ter criatividade, ter a cara de pau de enfrentar a sociedade em que vivemos e mostrar nossa cultura, nosso jeito de ser, nossa liberdade de expressão.
Acho a música independente um projeto muito corajoso porque, hoje apesar da divulgação ser maior por conta da internet, entra a questão a financeira. Mesmo que haja uma remuneração através das plataformas digitais, é muito pouco para manter o artista.
.
Que a música, em todas as suas formas, permaneça apesar das intempéries.
-
Mais valorização por parte da cidade
Muito bom
Todos os meios que conheço já são utilizados, então não tenho nada a declarar
A maior dificuldade dos artistas independentes é a falta de apoio da mídia local... Principalmente da mídia "independente"
Acredito que as mídias sociais são um bom meio de divulgação em massa. Mas acredito que (no caso, a banda ou a música) acabam se perdendo, se misturando com tudo que está na internet, então em uma cidade como Bauru, a melhor forma de iniciar é com divulgação local, conhecidos, até ter uma base um pouco mais sólida. Mas não sou da área, então pode ser uma opinião sem muito fundamento
Todos aos meios acima citados ajudam a valorizar a música autoral,apesar de uma grande parte das pessoas não demonstrarem interesse em músicas "desconhecidas",essa divulgação chegaria ao máximo de pessoas possível que iriam apreciar esse material!
Bauru e muito rica em diversos gêneros musicais e os espaços públicos deviam apoiar mais os músicos independentes
Sou muito fã da cena independente bauruense e sua pesquisa é muito pertinente
Não
Boa sorte e muita dedicação.

8
Veja que tratamos de um assunto que passa longe da gestão cultural do município, falta tudo . . . de verbas a eventos, falta até secretário da cultura . . . se o músico quiser mostrar seu trabalho, tem de criar mostras, shows, por conta própria ou buscar espaço na agenda de SESC e outros.
Bauru tem algumas bandas, duplas e até solos que a gente ouve nos bares! Alguns bons, outros nem tão bons mas que envolvem a plateia e distrai quem ali está! Alguns são compositores e nunca conseguiram emplacar suas músicas (conheço algumas e são boas) músicas essas que nunca saíram de um cd, gravado com grandes sacrifícios, físicos e financeiros!
Temos que valorizar os artistas de nossa Região
As rádios locais deveriam apoiar mais os artistas da cidade!
A música independente deveria ter mais apoio local
Não desista de ser músico ou musicista!
Deveria acontecer mais vezes essas pesquisas. Boa sorte a vc.
No momento, não sei o que dizer
Ter espaços para isso. Festivais por exemplo. Rádios tb podem ajudar.
Acho boa a iniciativa,sou daqui e as pessoas sofrem transformação da mídia e não valorizam o que é nosso, só Rio e São Paulo que comandam.
Bauru tem músicos maravilhosos E eles dão td de si Temos músicas autorais Eles são gente do Bem Amo
As rádios da cidade deveriam abrir espaço para estes profissionais! E a secretaria da cultura promover shows no caminhão palco e no Anfiteatro!
Sem comentários
Divulgando mais
Ter um momento nas rádios para divulgação do trabalho. Tem muita porcaria fazendo "sucesso" e muita gente boa desconhecida e lutando para sobreviver de música. Tive a sorte de conhecer um grupo musical e ficar amiga deles, o que me abriu um horizonte muito grande para música de qualidade.
Sou integrante do Clube da viola de Bauru e toco na Orquestra de violas (OSVC). Temos um CD gravado com o Clube da Vila e tres com a OSVC. Os mais velhos adoram essas músicas mas a juventude não, parece que tem vergonha.
A cidade dar mais apoio aos artistas que estão lutando, pois só é reconhecido quando estão no auge
A cidade precisa prestigiar seus cantores
nos anos 80 tinha algumas bandas bem ilegais e tinham espaço para tocar ,alguns eventos tipo "Feira da arte modesta ",FICO. Hoje não conheço mais nenhuma banda nova ou eu estou muito por fora do movimento.
Bauru já fou berço de músicas independentes, em época wue sua divulgação acontecia nos bares noturnos
Não tenho uma opinião formada.
Gostaria de conhecer mais sobre a música independente.
Papaya Libre, artistas independentes com um trabalho musical belíssimo, instrumentos e vocais, encontrada no YouTube, estilo valoriza culturas regionais com ritmos manguebite e afrobit , valorizando movimentos da contra cultura.
Creio ser fundamental prestigiar os músicos independentes em um mercado tão concorrido e desigual
Deveriam organizar festivais com etapas, s regional, sendo as top 3 de cada região firmando a estadual e Nacional

Divulgação
Não .me lembro de nenhuma no momento
a cena independente tem vários recortes sociais, homens brancos tem muito mais facilidade de conseguir investimentos para sua arte e serem absorvidos pelo cenário mainstream. É muito importante levarmos em consideração esse recorte quando pensarmos em quem investir o pouco dinheiro que a cena independente possui, dando prioridade pra mulheres, negros e negras e LGBTs.
Sem comentários!
Eu acredito que a internet se tornou uma grande ferramenta para o crescimento da música independente, pois um músico pode divulgar todo seu trabalho através das redes sociais e se a música for de qualidade, consequentemente irá atingir um grande público através das divulgações de pessoas por meios sociais
Estamos em uma era bastante digitalizada e meios de streaming estão em alta e podem fazer muita diferença na vida desses artistas, escutar sempre que possível por lá e YouTube, divulgar bastante nas redes sociais para criar engajamento.
Acredito que a música independente precisa ser bastante divulgada, principalmente no boca a boca, já que a maioria da população ainda tem certo preconceito quanto a música brasileira (e infelizmente me incluo aqui) e por isso ouve muito mais músicas internacionais. Acho que falta valorização da nossa música e cultura e acho que isso pode ser resolvido com divulgação para as pessoas verem a qualidade da nossa música.
Nao desista dos seus sonhos.
Parece que a música independente é pouco divulgada em meios de comunicação de massa, então acabam ficando mais restritas a um tipo de público específico.
Pesquisa muito importante
Faltar mais divulgação das parte dia músicos, geralmente eles ficam em um determinado meio de público, sendo assim não nos permitem conhecer eles.
.
.
Precisamos prestigiar novos artistas independentes, indo a shows, divulgando, conhecendo seu trabalho. Senão ficaremos sempre no.mais do mesmo.
O artista da música independente ajuda no conhecimento de músicos fora da grande bolha da mídia e também na ampliação da cultura musical, por isso devemos apoiá-lo.
Quais os diálogos possíveis entre a produção independente e a cultura de massa?
Penso ser necessária a união dos artistas para encontrarem alguma forma colaborativa e sustentável para seguirem nessa jornada podendo atuar e viver somente da música.
A música independente deveria ter mais divulgação e espaço.
Boa noite! Seria importante mais apoio do poder municipal para apoiar atividades culturais, como liberação de alvarás, melhorar agenda de atividades culturais da cidade, entre outras medidas, poderia haver um incentivo nos impostos dos comerciantes que colocarem atividades culturais ao menos uma vez por semana em seus estabelecimentos.
Falta apoio dos governantes e reconhecimento da música como profissão
Bauru é uma cidade pequena em comparação com as grandes metrópoles, aqui temos um sério problema com alguns artistas pois muitos não querem se apoiar, acabam "lutando" por um espaço que poderia ser de todos, ninguém se apoia, só quando fica "famosinho", quando morei em São Paulo, vi de perto a diferença, lá todo mundo se apoia tocam-se músicas de amigos de artistas locais.
Acredito que a musica de Bauru tem que ser melhor difundida na cidade
Acredito ser importante a reunião e discussão dos artistas e produtores culturais locais para capacitação, instrução sobre as ferramentas de apoio, projetos incentivo cultural, crowdfunding, etc. Essas reuniões e capacitações coletivas que além das questões burocráticas e de incentivo, podem vir a ser também discussões mais musicais relacionadas a própria performance, como também no trato das ferramentas e tecnologias para auto-produção, organização, divulgação, etc. Esses encontros tanto o teatro municipal

quanto o SESC podem ser importante locais para essa mediação, trazendo também convidados que possam trazer outras leituras e reflexões. Além dessa capacitação coletiva e consequente fortalecimento da classe na cidade, importante também a discussão junto aos espaços que já estão abertos aos projetos musicais, mas também empenhar de forma importante na construção de novos espaços, fortalecendo o circuito e a democratização. Além disso, a discussão junto aos produtores e estúdios da cidade, entusiastas, curadores, para auxiliar no fomento de novos circuitos, materiais e outras formas de fortalecimento e enriquecimento da música independente na cidade, talvez também seja interessante.
Investir em mais propagandas
a música independente enfrenta muitas dificuldades e desafios, inclusive valorização do mercado
Nada a declarar
mais divulgação
Acho sensacional que estudos venham se desenvolvendo nessa área, sabemos que a música no cenário bauruense não é valorizada e que boa parte dela é dominada pela indústria cultural Ou cultura de massa existente aqui. Espero que os meios de comunicação e suas ferramentas se tornem cada vez mais capazes para que a divulgação e propagação desses artistas sejam conhecidas e apreciadas pela maioria da população. Sucesso a você! Grande tema, grande conquistas !
Não costumo ouvir sobre músicos independentes, talvez eles estejam fora da bolha das minhas redes sociais
ACHO MUOTO BOM.A MUSICA INDEPENDENTE.....POREM NOSSO PAIS NAO INVESTE EM ARTE.....E UM ARTISTA BOM MUOTAS VEZES FICA ESCONDIDO!
A secretária de cultura municipal deveria promover mais eventos com artistas do município, embora já faça com a banda e a orquestra. Mais deveria divulgar mais.
Não conheço muitos artistas independentes da cidade

Resolvemos estabelecer categorias para enquadrar as respostas. Chegamos a 14 padrões: A responsabilidade é da sociedade (85 respostas); a responsabilidade é do músico (35 respostas); a responsabilidade é do indivíduo (18 respostas); é importante estar no rádio e na grande mídia (30 respostas); se estiver na grande mídia perde qualidade (5 respostas); relação rádio e jabá (6 respostas); a música deveria estar na escola (5 respostas); românticos e filósofos (23 respostas); afogados em informação de qualidade (6 respostas); parabenizações, sem comentários e outros caracteres (69 respostas); e mais 4 categorias que tiveram apenas uma menção e não se encaixam em outras:

Começamos com as categorias que contêm os padrões de resposta mais frequentes.

A responsabilidade é da sociedade

As 85 respostas indicavam que a música independente é muito importante (par a cultura, para a identidade, para inovação da arte) e por isso deve ser apoiada pela sociedade. Os participantes apontaram isso ao mencionar: a falta de espaços (em espaços públicos e privados), a falta de apoio (do Poder Público, do Ministério da Cultura, da região, da Prefeitura, da Secretaria de Cultural, de bares, shoppings e casas de shows). Alguns mencionaram a falta de apoio no começo da carreira e o reconhecimento somente quando o artista já está conhecido, reforçando a ideia de que não existe espaço para o artista chegar ao “povão”; assim como, a ausência de Festivais; outra imaginava que

falta alguém da “música popular bauruense” na secretaria cultura, além de apontar a verba mal distribuída da pasta; Uma resposta até sugeriu um desconto nos tributos municipais aos estabelecimentos que contratarem músicos com “som autoral”. Outros disseram que o poder público não apóia a MPB, lembrando ações do passado, dos “anos 80”, época do “caminhão palco” que já citamos no capítulo anterior. No âmbito privado, culpavam o pouco espaço para o som autoral no SESC e no SESI, nos shoppings e nos bares e cachês insignificantes, que não compram nem contratam o músico que não está no “auge”.

Parabenizações, sem comentários e outros caracteres

A segunda maior categoria, com 69 participações, eram frases do tipo “não tenho opinião formada”; outras demonstravam apoio e parabenizações aos músicos e à pesquisa; algumas pessoas colocavam algum caractere para não deixar o campo em branco; algumas pessoas deixavam claro que não conheciam (não sabemos se não conheciam dicas, o mercado de música independente ou os músicos” e recebemos até dicas de bandas e canais do YouTube.

A responsabilidade é do músico

Algumas das 35 respostas demonstravam a percepção de que há falta de iniciativa por parte dos músicos (por não se “adaptar ao mercado”, por não haver investimento em propaganda, por não ter “ousadia”, por não se informar sobre “outros gêneros” mais populares, por não fazerem shows abertos, por não buscar projetos sociais e escolares, etc.); outras apontavam a falta de união entre os músicos (eles deviam se “unir”, fazer *playlists*, páginas de internet, agenda de shows e página do Facebook juntos, celebrar parcerias com Universidades, “mapear” os artistas para terem mais “visibilidade”, etc.) e algumas outras sugeriam ações a se fazer e a se aprender (aprender a vender, a se “associar” a mídias digitais, porque a música “não está associada ao local”, desenvolver “networking”, união de músicos e produtores, usar “*crowdfunding*”, criar relacionamento com o público, não se concentrar em apenas 1 público, etc.).

É importante estar no rádio e na grande mídia

As 30 respostas miram, principalmente, o rádio (“ter horário diário no rádio”), mas também “a grande mídia”, a “mídia nacional”, “assessoria de comunicação” e a TV. Assim, as participações apontam para a dificuldade dos músicos por não estarem “na mídia”, tanto “quantitativamente quanto qualitativamente”. Outro acredita que “mídia independente também não ajuda”.

Românticos e filósofos

Com 23 respostas variando entre frases que exaltam a música como arte acima da realidade (que está “acima do dinheiro”, da “fama”) e definições que utilizam verbos impalpáveis (tais como, a música independente deve “ecoar”, “vibrar”, “ter sorte”, etc.), essa categoria reúne apaixonados pela música, admiradores dos músicos, mas que não tinham sugestões sobre o assunto. Algumas manifestações lembravam o quanto o músico é um profissional desvalorizado, apesar do trabalho duro. Para outro, o músico

deveria se orgulhar da sua criação; outra participação, ainda, afirmava que a “realidade do mercado independente é a base dos gêneros musicais”; outros exaltavam a música como “vida”, que deve “permanecer apesar das intempéries”, e que o músico “precisa se fortalecer”, “tem o direito de brilhar”, é “corajoso”.

A responsabilidade é do indivíduo

18 participantes atribuíam as dificuldades da música independente a si mesmos de várias formas: uma resposta falava que as pessoas deviam ser mais “proativas” na busca por música; outro que devemos “aprender a ouvir”, aprender a “reconhecer o trabalho”, a “pagar portaria” nos bares; outra apontava que “faltam pessoas dispostas a conhecer coisas novas”. Outros, apelando às teorias da Comunicação, diziam que a “massa” está acostumada com “enlatados” ou com o “cover” e tem “preguiça” de buscar trabalhos autorais; outro, afirmava que as dificuldades vêm porque “estamos no interior”, e que deveríamos olhar para o que “está fora da bolha” das nossas redes digitais.

Relação rádio e jabá

A relação entre rádio e música ainda é muito forte, tanto que 6 respostas acusavam o rádio de não tocar a música local por causa do “jabá”, ou porque os independentes não fazem parte da “máfia”, ou da “bolha” de gravadoras, que “devem ser rompidas”. Outros recomendavam que o rádio deve “valorizar mais” a música independente e deixar de dar “destaque a poucos”.

Afogados em informação de qualidade

Também com 6 respostas, esses participantes afirmavam que a música independente sofre dificuldades porque é difícil seguir as novidades, seja pela falta de divulgação eficaz ou falta de sorte, seja pela falta de qualidade de “som”, de “letra”, de “música”; uma pessoa afirmava que a música local “nem sempre é boa”; outros, que o músico deveria “quebrar as barreiras” na forma de se apresentar. De uma forma ou de outra, seguem uma ideia de que o mercado é cultura (ORTIZ, 2006, p.115).

Se estiver na grande mídia perde qualidade

5 participantes foram categóricos ao relacionar a qualidade da música com a independência. Já que para eles, ao estar na “grande mídia”, na “Globo”, na “novela”, a música perderia qualidade. Afinal, a música independente é a “poesia” que é “voz do povo”. Outra participação, enigmática, perguntava: “qual a relação entre produção independente e cultura de massa?”.

Música deveria estar na escola

Também com 5 respostas, esses participantes relacionavam a pouca valorização da música independente com a falta de educação: nas palavras de um participante, “consumo massificado”, que valoriza o que vem de “fora” ou de “longe” é sinal de falta de educação. Para valorizar o que “está perto”, a musicalização “de diferentes gêneros” na escola é uma solução.

Está no SESC e na UNESP FM

Uma pessoa afirmou que a música independente já está no SESC e na UNESP FM e são exemplos a serem seguidos.

Sindicato dos músicos explora e dificulta o trabalho

Outra apontou que o problema está na taxação de músicos pelo “sindicato”.

Direitos Autorais no YouTube requer debate

Também com 1 participação, um participante sugere que, com a popularidade do Youtube, a questão do pagamento dos direitos autorais poderia ser uma solução.

Jovens não gostam e têm vergonha

E, por fim, um dos participantes afirmou que a música que era feita nas comunidades já não atinge os mais jovens, sugerindo que os jovens preferem a música *mainstream* por sentirem vergonha da música da comunidade.