

Construindo um panorama da música independente na atualidade

Lena Benzecry

HERSCHMANN, Micael (Org.). (2011).
Nas bordas e fora do mainstream musical.
São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 418 p.



Resumo: Esta coletânea de artigos traça um panorama da indústria da música independente na atualidade. Para além da dicotomia *majors* e *indies*, os textos reunidos não só repensam a noção de “independente” no universo da música como oferecem um renovado marco teórico-metodológico para os pesquisadores da área de comunicação, especialmente, para aqueles que se dedicam a estudar temas relacionados ao consumo, à produção ou à mediação, sobretudo no âmbito da música popular.

Palavras-chave: indústria da música; consumo; independente; mediação

Abstract: **Building up a panorama of independent music in the present.** This collection of articles outlines an overview of the independent music industry today. Beyond the dichotomy *majors* and *indies*, the texts gathered not only rethink the notion of “independent” in the musical universe, but also offer a renewed theoretical and methodological framework for researchers in the field of communication, especially for those who engage in studying issues related to consumption, production or mediation, particularly in the context of popular music.

Keywords: music industry; consumption; independent; mediation

Segundo o organizador desta publicação, as fronteiras entre o mundo do *mainstream* e o mundo “independente” estão cada vez mais porosas. Dessa forma, para além

da dicotomia entre *majors* e *indies*, os artigos do livro buscam contribuir para um aprofundamento do debate acerca do que é ser independente no mundo da música na atualidade. Divididos em duas partes, os textos aí reunidos problematizam os limites do mundo *indie*, fazem um balanço das transformações que vêm ocorrendo nos últimos anos, afetando significativamente os negócios do mundo da música.

Abrindo o livro, Yúdice explora o manancial de possibilidades de modelos de negócios no mundo da música na América Latina. Num *tour* que vai da indústria criada ao redor do *huayno Pop*, no Peru, às iniciativas desenvolvidas pelo Circuito Fora do Eixo, aqui no Brasil, este autor apresenta dados quantitativos que balizam suas análises e questionam em que medida as novas tecnologias permitem democratizar efetivamente o acesso ao consumo e à produção musical.

Na sequência, Gallego avalia se as novas formas de recomendação musical desenvolvidas na *web* vêm afetando o consumo e as estratégias de promoção desenvolvidas pelos artistas.

O texto seguinte consiste na tradução do trabalho já consagrado de Keith Negus, retirado do livro *Music genres and corporate culture*. Tomando o rap americano como estudo de caso, Negus relativiza como a indústria cria estruturas organizativas e práticas de trabalho para produzir cultura e como os processos e as práticas culturais mais amplas – das ruas – se conectam com a indústria.

Observando o mercado musical espanhol, Albornoz e Gallego questionam a condição de “independente”, alegando que os atores sociais que formam essa fatia do setor musical fazem parte - mesmo que indiretamente - do *mainstream* e complementam a atuação dos conglomerados midiáticos locais.

Herschmann dá uma importante contribuição à discussão do assunto, nesta primeira parte da coletânea, com um texto sobre o uso criativo das trilhas para videogames e a participação delas no incremento da articulação entre *indies* e *majors*.

Fechando a primeira parte do livro, Marshall, Rivera e Hernandez abordam o sucesso do *reggaeton* nos Estados Unidos, ressaltando seu caráter híbrido e articulando o êxito desse gênero musical com a construção da identidade latina naquele país.

A segunda parte do livro inicia-se com dois artigos que exploram a temática da reintermediação nos negócios da música. Primeiro, De Marchi discute os novos papéis exercidos pelas gravadoras brasileiras, considerando aspectos como: flexibilização das relações de produção, digitalização dos fonogramas e ampliação das possibilidades de distribuição a partir das novas tecnologias. Em seguida, Kischinhevsky repensa as relações entre as indústrias do disco e do rádio na atualidade. O autor enfatiza que o posicionamento atual das *indies* vem fomentando mudanças importantes na programação das rádios.

A dinâmica de cenas e circuitos musicais é discutida nos cinco textos seguintes. Primeiramente, Melo e Castro analisam de que forma as novas tecnologias digitais, articuladas à produção cultural, vêm criando inovações nas cenas musicais do tecnobrega paraense e do forró do Amazonas. Em seguida, Trotta apresenta os problemas enfrentados

pelo forró “pé de serra” em Recife. Para o autor, embora o estilo represente a tradição e seja carregado de signos da vida rural, é na capital que ele tem, hoje, seu maior público. Em seguida, Herschmann apresenta seu estudo sobre o circuito da seresta em Conservatória e Fernandes aborda o movimento do samba e do choro nas “ruas galeria” do centro da capital. Em ambos os trabalhos, os autores exploram casos de revitalização urbana, econômica e social em decorrência de movimentos musicais que contam com a articulação entre músicos e comerciantes locais para se consolidar. No âmbito do Rio de Janeiro, Sá e Miranda exploram a economia do *funk* carioca, fazendo um paralelo com a economia do tecnobrega e do forró eletrônico.

As perspectivas e os desafios para a produção e o consumo cultural na atualidade são explorados nos dois artigos subsequentes. No primeiro, Amaral e Amaral, tratam da temática do *musicbranding* a partir da análise das estratégias de comunicação utilizadas por uma banda de *rock* gaúcha com os seus fãs. Em seguida, o grupo Musicultura avalia o consumo musical entre camadas pobres da população brasileira, tomando como estudo de caso os consumidores da Favela da Maré. Finalmente, fechando a coletânea, Janotti Jr., Gonçalves e Pires analisam a diversidade de papéis desempenhados por um músico na contemporaneidade, a partir da trajetória do cantor e compositor Wado.

Reunindo destacados pesquisadores dos EUA, Europa e Brasil, a coletânea tende a se consolidar como uma referência fundamental para os pesquisadores da área de comunicação, especialmente, para aqueles que se dedicam a estudar temas relacionados ao consumo, à produção ou à mediação, sobretudo no âmbito da música popular.

Lena Benzecry é doutoranda na ECO-UFRJ.

lena.benzecry@gmail.com