



Luiz Alberto Brandão Moura  
"Fado Canibal". A constituição do indie em Portugal em 18 gravadoras (1982 a 2017)



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Luiz Alberto Brandão Moura

**"Fado Canibal". A constituição do indie em Portugal em 18 gravadoras (1982 a 2017)**

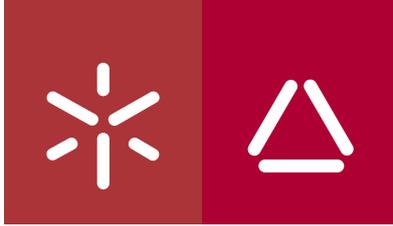
**Trabalho realizado sob o apoio financeiro de bolsa de doutoramento  
concedida pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia com a  
referência SFRH/BD/145843/2019**



CIÊNCIA, TECNOLOGIA  
E ENSINO SUPERIOR



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Social Europeu



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Luiz Alberto Brandão Moura

**"Fado Canibal". A constituição do indie em Portugal em 18 gravadoras (1982 a 2017)**

Tese de Doutoramento  
Doutoramento em Ciências da Comunicação

Trabalho efetuado sob a orientação do  
**Professor Doutor Jean Martin Rabot**  
do  
**Professor Doutor Moisés de Lemos Martins**  
e da  
**Professora Doutora Paula Guerra**

## **DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS**

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos. Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada. Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

### **Licença concedida aos utilizadores deste trabalho**



**Atribuição  
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## **AGRADECIMENTOS**

Apesar de nestes últimos quatro anos eu repetir que fazer um doutorado foi a tarefa mais solitária que eu já experimentei na vida, a verdade é que esta tese jamais poderia ter sido concluída sem o apoio de diversas pessoas e entidades. Para essas, é pequeno o agradecimento nestas próximas linhas.

Em primeiro lugar, meu agradecimento vai para a Fundação para a Ciência e Tecnologia, FCT, que, sem o seu apoio financeiro e a confiança de me oferecer uma bolsa de estudos com a referência SFRH/BD/145843/2019, todo o esforço praticado nos últimos anos teria sido inviável.

Expresso meu profundo agradecimento ao meu orientador, Jean Martin Rabot, por renovar nossa parceria de sucesso desde o mestrado e por ser o principal mentor para o meu retorno à Universidade do Minho.

Também agradeço ao meu coorientador, Moisés Lemos Martins, pelas conversas enriquecedoras, especialmente nos congressos e Jornadas Doutorais do CECS.

Um grande obrigado à professora/orientadora/coorientadora/amiga Paula Guerra pela inspiração de escrever sobre o assunto que eu mais amo no mundo, a música, e por abrir caminhos para esta possibilidade até então desconhecida para mim.

Agradeço ao CECS/ICS e seu corpo profissional pelas inúmeras perguntas respondidas e ao apoio quando foi necessário buscar outras fontes para resolver questões de âmbito burocrático.

Aos meus pais deixo essa tese como uma forma de gratidão maior por tudo que fizeram por mim, ainda que seja uma parcela ínfima perto do que eu teria que retribuir. E, ainda, que de algum lugar, meu pai esteja contente pelo que me tornei.

E, claro, *at last but not least*, à Camila. Por todos esses anos e por ter sido o apoio, a base, o chão quando eu mais precisei. Não foi fácil e por isso meu obrigado até o fim da vida por tudo que você é para mim.

Seguimos em frente. Há muitos discos para ouvir ainda.

## **DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

## **“Fado Canibal”. A constituição do indie em Portugal em 18 gravadoras (1982 a 2017)**

### **RESUMO**

Esta tese de doutorado investiga o papel de 18 gravadoras portuguesas na divulgação da música indie local entre 1982 e 2017, analisando suas estratégias de promoção e valorização da produção cultural local. A pesquisa tem como objetivo esclarecer as abordagens e táticas adotadas pelas gravadoras indie, assim como seus efeitos na tentativa de romper com as grandes gravadoras e nos processos comunicacionais associados a essa produção musical única na história cultural de Portugal. São impactos percebidos em novas formas de linguagem falada, escrita, design (posters, capas), vestuário, publicações (fanzines e, posteriormente, *blogs*) e outras mídias.

A observação se concentra na maneira como as gravadoras indie surgem e se adaptam às comunidades, dando vida ou disseminando as cenas musicais em que estão inseridas. Empregam ferramentas de comunicação, distinção e divulgação que transcendem o domínio musical, desempenhando um papel crucial no fomento de dinâmicas inovadoras de criação, produção e propagação artística na contemporaneidade em Portugal.

Por outro lado, destaca-se a importância central das gravadoras indie e de suas estratégias nas dinâmicas de criação, valorização, divulgação e regeneração das comunidades, cidades e do país como um todo, enquanto cenário de estéticas e econômico. Assim, é importante destacar o papel preponderante que essas gravadoras tiveram na descentralização e evolução das cenas musicais nacionais e como alavancas de mudança cultural e urbana. Por isso, é crucial abordá-las como patrimônio cultural e memória em tempos de desmaterialização dos objetos musicais.

**PALAVRAS-CHAVE:** cenas musicais, democratização, indie, pioneirismo, selos/editoras fonográficas/gravadoras.

# **“Fado Canibal”. The constitution of indie in Portugal in 18 indie record labels (1982 to 2017)**

## **ABSTRACT**

This thesis investigates the role of 18 Portuguese record labels in promoting local indie music between 1982 and 2017, analyzing their strategies for promoting and valuing local cultural production. The research aims to elucidate the approaches and tactics adopted by independent labels, as well as their effects in attempting to break away from major record labels and in the communicative processes associated with this unique musical production in the cultural history of Portugal. These impacts manifest in new forms of spoken and written language, design (posters, covers), clothing, publications (fanzines and later blogs), and other media.

The focus of observation lies in how indie labels emerge and adapt to communities, breathing life into or disseminating the music scenes they are part of. They employ communication, distinction, and dissemination tools that go beyond the musical domain, playing a crucial role in fostering innovative dynamics of creation, production, and artistic propagation in contemporary Portugal.

On the other hand, the central importance of indie labels and their strategies in the dynamics of creation, valuation, dissemination, and regeneration of communities, cities, and the country as a whole is highlighted, serving as both aesthetic and economic landscapes. Thus, it is crucial to underscore the predominant role these labels have played in decentralizing and evolving national music scenes, acting as catalysts for cultural and urban change. Therefore, addressing them as cultural heritage and memory becomes essential in times of dematerialization of musical objects.

**KEYWORDS:** democratization, indie, musical scenes, pioneering, record labels.

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMENTOS .....</b>	<b>III</b>
<b>RESUMO.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>IX</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
Alicerces teóricos .....	4
Objeto de estudo .....	10
Objetivos.....	13
Metodologia .....	15
Alinhamento.....	19
<b>1. UMA CONCEITUALIZAÇÃO PARA O ESTUDO DAS GRAVADORAS INDIE EM PORTUGAL - 1982 – 2017 .....</b>	<b>22</b>
1.1 Democratização cultural.....	22
1.2 Indie, pós-modernidade e globalização .....	35
1.3. Indie, redes, afetos e gostos.....	51
1.4. Indie, comunidade, atmosferas e cenas.....	61
<b>2. TRAJETOS COM PARAGENS NA INDEPENDÊNCIA MUSICAL .....</b>	<b>81</b>
2.1. Os grandes marcos da independência musical e da música gravada.....	81
<b>3. UMA GENEALOGIA DAS INDIE LABELS .....</b>	<b>113</b>
3.1. Começos .....	113
3.2. Indie versus independente. Indie versus alternativo. Indie versus majors .....	117
3.3. Indie, indústrias culturais e capitalismo avançado.....	126
3.4. Para uma breve semiótica (punk) do indie .....	134
3.5. As temporalidades do indie .....	145
<b>4. GRAVADORAS INDIE PORTUGUESAS .....</b>	<b>170</b>
4.1 Uma cronologia crítica .....	170
4.2. O “boom”: do mainstream ao subterrâneo .....	174
4.3. As primeiras movimentações do indie português .....	183
4.4. Fronteiras expandidas .....	187

4.5. A “segunda geração” .....	191
4.6. Um novo século para o indie português .....	196
4.7 “Novas e velhas” estéticas para o indie português .....	198
4.8. Os anos 2010 e a profissionalização do indie .....	205
4.8. O indie português se reinventa novamente .....	208
4.8 Prospetiva futura .....	214
<b>5. HISTÓRIAS, PROCESSOS E ETHOS DO INDIE PORTUGUÊS .....</b>	<b>217</b>
5.1. Democratização, cosmopolitismo e abertura de Portugal .....	217
5.2 Prospetiva futura .....	239
<b>6. O DO-IT-YOURSELF TRANSFORMA-SE EM DO-IT-TOGETHER .....</b>	<b>242</b>
6.1 As gestões DIY e DIT .....	242
6.2. Prospetiva futura .....	258
<b>7. O INDIE ENQUANTO FERRAMENTA DE PIONEIRISMO .....</b>	<b>260</b>
7.1 Prospetiva futura .....	284
<b>8. A ATUAÇÃO EM TERRITÓRIOS E A DESCENTRALIZAÇÃO .....</b>	<b>287</b>
8.1 Prospetiva futura .....	312
<b>9. EXPANDIR FRONTEIRAS? A “DIFUSÃO INTERNACIONAL” DO INDIE PORTUGUÊS ....</b>	<b>314</b>
9.1 Prospetiva futura .....	325
<b>CONCLUSÕES: ONDE HOVER MÚSICA, HAVERÁ UM SELO INDIE (E VICE-VERSA) .....</b>	<b>328</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>345</b>
<b>ARTIGOS DE IMPRENSA, JORNAIS, REVISTAS, WEBSITES .....</b>	<b>358</b>
<b>PROGRAMAS DE TELEVISÃO, DOCUMENTÁRIOS, FILMES &amp; PODCASTS .....</b>	<b>362</b>
<b>APRESENTAÇÕES &amp; PALESTRAS .....</b>	<b>363</b>
<b>ANEXO: ROTEIRO PARA ENTREVISTAS .....</b>	<b>364</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> EP Spiral Scratch da banda Buzzcocks.....	29
<b>Figura 2:</b> Logotipo da Gennett Record Company.....	90
<b>Figura 3:</b> Contracapa do single “The Medium Was Tedium”, da banda Desperate Bicycles .....	148
<b>Figura 4:</b> Contracapa do single Skank Bloc Bologna da banda Scritti Politti.....	148
<b>Figura 5:</b> Montagem com as logos de algumas das principais gravadoras indie da história .....	149
<b>Figura 6:</b> Montagem com as logos das gravadoras SubPop e Geffen Records, e a capa do álbum Nevermind, da banda Nirvana.....	155
<b>Figura 7:</b> Montagem com logos de selos indie portugueses. Fundação Atlântica, Ama Romanta, Dansa do Som e Facadas na Noite .....	183
<b>Figura 8:</b> Montagem com logos de selos indie portugueses. Moneyland Record\$, Bee Keeper, LowFly Records e Lux Records .....	191
<b>Figura 9:</b> Montagem com logos de selos indie portugueses. Hey, Pachuco!, Flor Caveira, Lovers & Lollypops, Revolve e Bor Land.....	198
<b>Figura 10:</b> Festival Mucho Flow. Agosto de 2018.....	205
<b>Figura 11:</b> Montagem com logos de selos indie portugueses. Xita Records, Cafetra Records, Omnichord Records, Zigur Artists e Spring Toast. ....	208
<b>Figura 12:</b> Capa de “Divergências” .....	224
<b>Figura 13:</b> “Anúncio” da Ama Romanta no Jornal Blitz .....	225
<b>Figura 14:</b> Rock Rendez-Vous .....	227
<b>Figura 15:</b> Estúdio de ensaio/gravação no prédio da Interpress, em Lisboa .....	238
<b>Figura 16:</b> Matéria do Jornal Público - Noites Fetra .....	257
<b>Figura 17:</b> Festival Mapas, Setembro de 2020 .....	276
<b>Figura 18:</b> Festival Zigur Fest, setembro de 2018 .....	280
<b>Figura 19:</b> Evento Cafetra Records .....	301
<b>Figura 20:</b> Festival Milhões de Festa, Julho de 2017.....	308
<b>Figura 21:</b> Festival Tremor, nos Açores. Agosto de 2017 .....	309
<b>Figura 22:</b> Montagem matérias jornalísticas Eurosonic 2017 .....	322

*Se você tinha mais de 30 anos quando o Muro de Berlim caiu, essa música provavelmente parecia bastante sem sentido. Por outro lado, se você estava na sua adolescência ou na casa dos 20 anos, especialmente se você era um homem branco e magro e usava óculos, é bem possível que o indie rock tenha soado como comunidade e — até mesmo — salvação.*  
(Cohen, D. 2015).

## INTRODUÇÃO

*Deus abençoe as indie! (...)*  
*Eles apresentaram todas as novas tendências*  
*desde então, e mesmo antes, do rock n" roll.*  
*Diga um nome e tudo começou com as indie*  
(Seymour Stein, empresário, Sire Records,  
como citado em Murphy, 2021, p. 353)

A investigação aqui apresentada não é só fruto de uma extensa, exaustiva e minuciosa pesquisa por algumas das gravadoras *indie*<sup>1</sup> portuguesas mais emblemáticas em um recorte de 35 anos. Na verdade, muito antes sequer de ter a compreensão do que poderia me levar para as páginas de uma tese de doutorado, o objeto de estudo já fazia parte da minha vida. Impactado pela expansão do gênero que se convencionava chamar de indie, devido ao sucesso estrondoso do disco Nevermind, da banda estadunidense Nirvana, no início da minha adolescência, no começo dos anos 1990, mais do que desenvolver o gosto musical, a melomania se estendia para modos de entender a vida. O indie surgia como uma via, uma maneira de se portar, de se encontrar no mundo, de achar similares, de se destacar e se distinguir do *comum*, do *banal*, de uma realidade que se mostrava insatisfatória.

O processo tinha suas particularidades: além dificuldade inerente de se ter acesso a produções e ao referido universo como um todo por estar no Brasil, distante dos principais centros *daquela sonoridade*, acrescia ainda o fato de morar num condomínio a cerca de duas horas do Rio de Janeiro, sem lojas de discos, sem rádios especializadas (sim, pois as comerciais passava ao largo dessa produção), sem a já referida MTV, sem internet. Gostar da música indie, estar no universo da música indie era uma tarefa árdua e dispendiosa. Em todas as visitas à minha cidade natal, além da oportunidade de comprar discos, eram horas à fio em frente a televisão gravando em fitas VHS videoclipes (na maioria dos casos em horário *alternativos*, em plena madrugada, como poderia sugerir o gênero) e de adquirir todas as formas de publicações musicais, desde as nacionais como as importadas.

Além disso, Nevermind mostrava que até eu, uma pessoa que até então nunca tinha pegado numa guitarra, poderia fazer música. O Nirvana, e depois o indie, eram meu *punk rock*: o momento disruptivo quando portas se abrem e você se reconhece enquanto pessoa. O *rock* não precisava ser grandioso, com maquiagem, roupas extravagantes, cabelos bem cuidados. Era possível encontrar na música um refúgio para quem não é popular na escola, para quem acredita que a vida carrega mais significados do que os que surgem no dia a dia.

---

<sup>1</sup> Por questões de conveniência, e pela intensa repetição ao longo desta tese, os termos indie e mainstream não mais serão destacados em itálico

A música dava sentido à vida quando se está num ambiente em que não me sentia integrado. Faltava algo até descobrir que a música era a peça que encaixava nos meus anseios e questões. A partir dela, encontrava *meu universo*, uma forma de *adiar* o futuro destinado a qualquer jovem de classe média no Brasil: fazer faculdade, arrumar um emprego, casar, ter filhos, se aposentar. A música me permitia sonhar com outras possibilidades. A primeira delas, a mais óbvia, ter uma banda.

Com 16 anos, montei a primeira. Depois com 24, a segunda. E por aí continuava. Hoje, com 47 tenho a quinta. Alguns discos gravados e lançados. O sonho de viver da música nunca foi atingido, no entanto, aprendi com o indie que a música é feita por si mesma. Ou seja, fazemos música porque é uma *necessidade*, como comer ou dormir. A música é uma expressão de quem somos e que não se esgota em ouvir ou fazê-la. É preciso vesti-la, falar sobre ela e, finalmente, escrever sobre ela.

Foi devido à música que resolvi ser jornalista. Pensava “gosto de escrever, de ler e amo música. Posso ser um jornalista musical”. Fui. Por poucos meses. A entrada na vida profissional pós-faculdade foi uma das fontes que me ensinou de forma dura que nem sempre os sonhos se realizam. Mais do que querer ser jornalista, eu queria ser jornalista musical, escrever sobre música, viver o mundo da música, já que pelo gosto pessoal e pela música que eu produzia, ter uma vida a partir desta não seria tarefa das mais fáceis.

A música, o tipo de música que entrei de cabeça, se mostrou importante porque fazia diferença, que podia mudar a vida das pessoas. E décadas depois de um dia pensar em ser jornalista musical, a academia me proporcionou escrever sobre música, porque além de satisfazer uma necessidade pessoal, com uma tese de doutorado eu também poderia impactar pessoas, desta vez no campo das ideias. Por isso, essa tese de investigação não é somente sobre gravadoras indie em um país diferente do meu. É uma tese sobre como histórias são contadas por meio da música. De histórias que fazem uma grande história. Inclusive a minha. É sobre como a música molda identidades, nos *abraça*. Trata-se de uma tese que aborda a influência do poder da música e como ela distribui essa influência sobre indivíduos tão diversos, mas que, possuem tanto em comum e o que dividir.

Com o aprofundamento do conhecimento pelo gênero, começou a chamar a atenção em como o indie era relacionado com cidades, comunidades, sonoridades, modos de resistir ao oligopólio das grandes gravadoras, as majors. Através das bandas, descobri selos que me apontavam um *percurso inverso*: eram eles que me introduziam a novos grupos, moldavam meu gosto, informavam-me e indicavam que o termo “indie” derivava dessas gravadoras, e não *o contrário*.

Décadas depois chegamos a esta tese de investigação que se propõe a esclarecer, analisar, compreender, estabelecer conexões entre discursos, processos, produção, divulgação e expansão da música indie portuguesa entre 1982 e 2017, e como as relações de troca e promoção do espaço urbano onde as gravadoras são criadas e/ou inseridas e com outras em todo o país, tendo como foco principal (ou atores principais) 18 gravadoras indie portuguesas.

A pesquisa visa também preencher uma lacuna na documentação da música indie e da música em geral no país. Ao contrário de seus vizinhos europeus, os Estados Unidos e até mesmo o Brasil, Portugal ainda carece de uma bibliografia abrangente, disponível, que registre suas representações musicais e relações com sociedades, as cidades e a história do país. Uma vez que, como afirma Araújo, Portugal - inclusive na cultura - “padece do drama singular de ter tanto passado mas tão pouca memória” (Araújo, 2016, p. 209). Adicionalmente, esta tese buscou corrigir outra lacuna significativa: a escassez de conhecimento e de conexão com a música moderna ou contemporânea portuguesa por parte dos brasileiros. A intenção aqui foi proporcionar uma via recíproca de consumo cultural, considerando que nossos *coirmãos* portugueses têm grande apreço pelas produções brasileiras, não apenas na música.

A iniciativa em questão só foi possível após a mudança para Portugal em 2014, proveniente do Rio de Janeiro, quando tivemos a oportunidade de participar, pela primeira vez, da KISMIF Conference na cidade do Porto, no ano seguinte. Naquele momento, o contato com diversos pesquisadores que tinham a música como seu foco, a breve, mas intensa convivência com aquele novo mundo abriu os caminhos para a possibilidade de um estudo sobre selos indie que pudesse também exprimir a sua importância na cultura local. A partir daí, e sendo um assíduo frequentador do evento e de tantos outros similares, questões sobre a minha identidade, paixão pelo gênero musical indie e desejos de responder a questionamentos acerca da música em Portugal, puderam ser abordadas no contexto acadêmico, permitindo combinar algo que me define enquanto pessoa e, assim, vislumbrar uma possível carreira dentro da investigação acadêmica.

No entanto, sendo não nativo e com menos de uma década no país, houve a dificuldade adicional de aprender não apenas sobre o indie, mas também sobre a música em geral em Portugal. Porém, e guiado mais uma vez pela curiosidade que vem dos tempos de adolescência, foi possível amenizar essa complicação e distanciamento, adicionando meus conhecimentos prévios sobre o tema. Não foi uma tarefa fácil. Foi preciso *redescobrir* a música. Conhecer *tudo de novo*. Ler jornais, *blogs*, *sites*, revistas. Descobrir quem era importante no meio da música e do jornalismo musical, conhecer

peçoas, ir a concertos, comprar discos, ver documentários, programas de TV, vídeos no *YouTube* etc. E a partir daí fazer as mesmas conexões realizadas quando adolescente e em que cada banda nova era um rio que desaguava em infinitas possibilidades. Simplesmente, deveria fazê-las novamente, agora com 47 anos, e para um doutorado, o que significava juntar tudo descrito acima com intermináveis leituras sobre ciências da comunicação (minha área de origem) sociologia, antropologia, história, entre outras disciplinas. A música me ensinava novamente, desta vez a ser um *pretense* acadêmico. Ou seria um melômano que usa a academia para expressar o amor pela música?

Em relação ao título “Fado Canibal” a escolha se deu enquanto homenagem à música de mesmo nome de uma das bandas mais emblemáticas do cenário indie português, o Mão Morta, originário de Braga, onde se encontra a Universidade do Minho. Além disso, nos seus primórdios, o Mão Morta esteve vinculado à Ama Romanta, uma das gravadoras mais importantes do gênero em Portugal. Assim, a associação ao título da tese foi feita devido à relevância cultural e histórica desse contexto musical específico.

## **ALICERCES TEÓRICOS**

Nas quase 400 páginas que se seguem, apresento um estudo minucioso sobre algumas das mais representativas gravadoras indie em Portugal, no período entre 1982 e 2017. O objetivo não é encerrar a discussão sobre iniciativas do tipo, mas sim propor o debate sobre a importância delas na música portuguesa, seus impactos econômicos, sociais e mercadológicos determinantes para a implementação de métodos ágeis, criativos e céleres na fonografia local.

Ao propormos e explorarmos uma abordagem transdisciplinar, é importante destacar que, uma vez que esta tese de doutorado está enquadrada no campo das Ciências da Comunicação, isso nos proporciona uma ampla gama de perspectivas devido às suas características distintas, resultando em múltiplas ramificações, sendo um dos nossos pilares os Estudos Culturais. Como diz Moisés de Lemos Martins (2015), os *Cultural Studies* constituem uma tradição epistemológica dentro das Ciências Sociais e Humanas que, a partir das décadas de sessenta e setenta do século passado, redirecionou o enfoque da análise cultural, afastando-se de uma compreensão centrada na relação cultura/nacionalidade e no destaque dado ao ensino da língua e literatura. Em vez disso, voltou-se para uma abordagem que aproxima a cultura dos modos de vida dos grupos sociais, prestando atenção ao cotidiano das massas e às transformações sociais. Esta perspectiva presta particular atenção à recepção e ao consumo dos meios de comunicação, às audiências e aos públicos. Os Estudos

Culturais têm como característica distintiva a ênfase dada ao atual e contemporâneo, estabelecendo-se no presente e no quotidiano. Portanto, é notável que as Ciências da Comunicação tenham uma origem e trajetória intimamente vinculadas ao crescimento dos Estudos Culturais, que ressaltam o interesse por elas prestado às áreas da cultura, comunicação, contextualização e análise crítica, como assinala Moisés de Lemos Martins (2015). As Ciências da Comunicação inscrevem-se nesta tradição epistemológica das Ciências Sociais e Humanas que

*dos anos sessenta e setenta para cá não mais parou de desessencializar e de deselitizar os territórios culturais, deslocando os estudos da cultura da exclusiva atenção prestada à língua nacional, à literatura de um país, ao texto literário, às grandes obras da música, pintura e escultura, e aos escritores, músicos e artistas, para trazer a debate os públicos, os utentes, os amadores e a criatividade nas margens e em artes menores, como a fotografia, a banda desenhada, o cartoon, a literatura de cordel, a arte e a música pop, os graffittis, o design gráfico... (Martins, 2015, pp. 345-346).*

Por outro lado, o aspecto que deve ser destacado e elucidado nas análises culturais é sempre aquele que associa a cultura ao poder. Isso implica que o foco deve ser direcionado de maneira constante para as formas como a cultura é apropriada no quotidiano por uma ampla gama de indivíduos e entidades sociais, ou então por grupos ou movimentos (Martins, 2015). E, com isso, precisamos interpretar que os Estudos Culturais captam as complexidades atuais da condição humana, sendo considerados, conforme a afirmação do autor, como representativos das “novas humanidades”.

Ademais, as Ciências da Comunicação promovem uma relativização da unidade de análise da sociologia clássica, que tradicionalmente se concentrava na classe social. Em vez disso, elas atribuem maior importância a fatores como idade, nível de educação, gênero e identidade étnica. Relativizam, também

*a categoria de ideologia, que é sobretudo uma categoria associada à classe social, e concentram-se na atenção dada à hegemonia dentro de um campo específico de relações de força e dominação, primeiro num entendimento gramsciano de hegemonia, depois no seu entendimento foucaultiano de “estados de poder”, e ainda na caracterização bourdieusiana das “relações de força”, num campo social específico de posições assimétricas (Martins, 2015, p. 346).*

O pioneirismo dos selos indie pode ser facilmente identificado no modo como passaram a ser gerenciados, abandonando práticas informais que os caracterizaram na década de 1980, não apenas em Portugal, como em outras partes do mundo. Em vez disso, nas últimas décadas, adotaram abordagens criativas e inovadoras em seus modelos de negócios, visando expandir suas atividades,

mas sempre conscientes de que um crescimento não sustentável pode levar ao fracasso. As gravadoras indie acompanharam mudanças sociais, econômicas, se profissionalizaram adotando práticas mais modernas e eficientes para atender e criar demandas do mercado. Nesse sentido, é possível observar que as gravadoras indie em questão não só buscaram expandir suas atividades, mas também se preocuparam em estabelecer um equilíbrio entre crescimento e sustentabilidade, não livres de passarem por crises, instabilidades, falências e conflitos. Esse desafio é comum especialmente em um contexto marcado pela competição acirrada e pela volatilidade como é a música. A busca por uma gestão mais planejada e estratégica, portanto, é fundamental para garantir a continuidade dos trabalhos e a consolidação dos selos indie como importantes agentes na indústria da música. Assim, observa-se em Portugal como o indie se tem adaptado a esquemas de trabalho mais profissionais, adicionando organização ao amadorismo.

Desse modo, o indie é mais do que um estilo musical, é um gênero cultural com vocabulário e linguagens próprios. Significa ter controle sobre o que se faz, independência criativa, metodológica e mercadológica. As gravadoras indie são o ponto mais significativo de uma “estrutura” feita por e para outsiders. Fanzines, programas de rádio (muitas vezes em emissoras piratas), flyers, concertos, cartazes, entre outros, e têm nas gravadoras sua principal fonte de alimentação e de escape. Em cenas indie, os selos, de acordo com Azerrad (2001), desenvolvem identidades únicas por meio de uma estética distinta, que, por sua vez, se manifesta em diversas formas (p. 8). São também formas de contestação e de resistência ao status quo, criando regras próprias e gerando novos meios de relação entre consumidores e a música gravada. O significado da experiência musical, conforme expresso por Frith et al. (2011), transcende a esfera comercial. Enquanto reconhecemos seu valor monetário, é crucial entender que o valor dessa experiência não deve ser confinado ou determinado pelo mercado. Este dilema é acentuado pela tendência do mercado de nos enxergar como indivíduos isolados, destacando, assim, um desafio intrínseco à indústria da música (p. 28).

Embora seja amplo e historicamente reconhecido que as gravadoras indie em Portugal desempenham um papel fundamental no desenvolvimento da música no país, pouco se sabe sobre seus modos de funcionamento e como moldaram e transformaram o cenário musical e cultural de Portugal nas últimas quatro décadas. É necessário olhar para suas organizações de trabalho - ou a falta delas como no passado - para compreender como essas gravadoras imprimiram diferentes aspectos não só musicais, como procedimentais, mercadológicas, artísticas e comportamentais. Esses procedimentos são estampados nos seus nichos, tornando-se *representantes* de modos de vida,

possibilitando o alargamento da democratização da música em todas as suas formas, modificando territórios e levando a criação local para além das suas fronteiras geográficas.

Mas o que é uma gravadora? Tomando a definição mais formal de (Gracon, 2010), uma gravadora é um empreendimento que coordena a “produção, fabricação, distribuição, marketing, promoção e aplicação da proteção de direitos autorais” (Gracon, p. 61) de registros fonográficos e responsáveis pela busca e desenvolvimento de talentos. Em geral, tais empresas são subordinadas a grandes corporações de entretenimento ou grupos fonográficos, frequentemente vinculados a conglomerados internacionais que, por sua vez, possuem diversas outras divisões não relacionadas à música.

Já para o caso das gravadoras indie, é preciso ampliar essa descrição, o que torna o assunto tão fascinante. O *gênero* indie, derivado do *punk rock*, desenvolvido no pós-*punk*, é uma forma direta de organização, construção de identidades (individuais e de grupo), de trabalho em grupo e reflexos diretos de produções de nicho que visam se integrar mantendo a liberdade criativa e o desejo de se expressarem em um contexto maior. Na tentativa de assumir contornos únicos, singulares: cada região, cidade, bairro, localidade etc. procura se destacar a partir da prática não só musical, mas da editorial e de eventos.

Em Portugal, este tipo de produção musical se revelou determinante para a abertura de novos caminhos para a fonografia local. Não só artistas ganhavam vias para a expressão, mas agentes em torno dela também vislumbravam a possibilidade de vidas dentro da música. E não só. Territórios desfrutavam de novas identidades provocadas pelas movimentações desses selos e da realidade que era possível por meio deles: a edição de artistas locais, concertos, festivais, festas, enfim, efervescências que procuravam exprimir o que esses locais tinham para oferecer em termos de cultura. Com base no atual contexto de globalização e localismo, caracterizado por uma era de intensa diversidade e experimentação, emergiu um conjunto de projetos emblemáticos notáveis, nestes últimos 35 anos, pela diversidade e contemporaneidade, bem como pela sua prolixidade, pulverização e abundância de opções.

Logo, desenvolveu-se esta investigação em diferentes níveis/patamares. Primeiro na análise dos discursos de gravadoras indie em Portugal e como as mais variadas cenas musicais no país foram influenciadas por elas ou proporcionaram seus surgimentos. Também verificou-se como se deram as lógicas de combinação entre o *do-it-yourself* (DIY) e *do-it-together* (DIT) no desejo de criar cenários em

contraponto à cultura dominante, *mainstream*, fazendo essas movimentações visíveis (Oliveira, 2022). Estas práticas do faça-você-mesmo denotam formas *sui generis* de trabalhar a arte a cultura e enviam aos seus receptores mensagens singulares e criam empatias ou distanciamentos com estas e outras comunidades.

Igualmente importante foi perceber métodos de sustentação e promoção das gravadoras indie na formação de novas carreiras dentro dessas comunidades e da sua agregação a estas cenas como promotores, fãs, canais de distribuição, criação ou adaptação de espaços de fruição e troca, mídias alternativos (fanzines, programas de rádio e TV), entre outros – desenhando cenas musicais locais, translocais e, mais tarde, virtuais.

Esse *ethos/praxis* DIY/DIT (Dale, 2008; McKay, 1998; McKay & Moser, 2005) é determinante nas dinâmicas da música indie em todo o mundo, constituindo cenários por excelência de criação de cenas e de revivificação da criação musical (Reynolds, 2005; Straw, 2013, Guerra & Silva, 2015). Somados, afetos e música assumem contornos fascinantes e atraentes, pois grande parte dessas gravadoras foi e é responsável pela canonização da música *underground* portuguesa (Guerra, 2010, 2015b, 2015c). De acordo com Moisés de Lemos Martins (2021), o som – ou no caso aqui estudado, a música - detém habilidades expressivas e participa ativamente no atual movimento de tornar o cotidiano mais estético, contribuindo para transformar a vida em uma experiência sensorial e emocional. A essência do *underground*, que incorpora conceitos como sociabilidade juvenil, produção artística, resistência ao *mainstream* e ritual de performance, consiste fundamentalmente em uma rede criativa coletiva que reflete a estética do cotidiano em contextos de cultura juvenil, de acordo com Bennett & Guerra (2021, p. 19).

Esses selos também são pioneiros na criação de carreiras, no combate ao tédio juvenil, na recusa da cultura vigente, no futuro similar ao dos pais, na formação de novas relações e na realização pessoal, entre outros aspectos (Frith, 2002). Com isso, observou-se os impactos diretos e indiretos destas gravadoras em novas formas/linguagens de fazer música com suas táticas de divulgação, apostando no diferente e no inovador para conquistar públicos, se fazer ouvir, criar e/ou divulgar enquanto espaços de fruição cultural e musical, de regeneração urbana e de localização lúdica, carregadas de capital simbólico e ideológico. Isto não significa, como era até então comum ao se referir ao indie, que renunciam ao sucesso comercial, mas que são alternativas de maneiras livres e criativas de expandir mercados e conquistar (novos) públicos.

Assim, esta tese pretende pontuar e analisar como essas simbologias e discursos se mostraram e se mostram ao resto do país. Estas gravadoras criaram meios, novas formas de lidar com diferentes produções culturais - locais ou não - sendo *hubs*, filtros, disseminadores de manifestações musicais. Sendo assim, analisaremos a atuação fulcral que as gravadoras indie tiveram no fomento, divulgação e, conseqüentemente, evolução de cenas locais e em como foram e são imprescindíveis na propagação musical/artística nacional desde o ano de 1982. Com isso, é importante a sua abordagem numa lógica de revivificação de memórias, em tempos acelerados de mudanças sociais e tecnológicas.

Tal qual outros gêneros musicais como o *hip hop* ou o *heavy metal*, o indie tem características e processos próprios, simbologias, signos e modos de representação, que precisam de métodos de pesquisa vanguardistas e transdisciplinares. Para esta análise, gravadora aqui destacada - e tantas outras tão importantes quanto - promove métodos e práticas distintas, de divulgação musical e a relação com o espaço urbano onde estão inseridas, sendo influenciadas e/ou influenciando o panorama local com métodos inovadores e pioneiros. Visam também o combate à precariedade e ao domínio do mercado fonográfico pelas grandes gravadoras, ou majors. Esse *embate* representa a necessidade de várias comunidades de criar meios para seu próprio entretenimento, expressão e formas de escapismo diante de realidades opressoras e de poucas perspectivas. O que pode ser descrito como “uma tribo de obstinados está atualmente atravessando o deserto - passando por ervas daninhas, caminhos alagadiços com a sua crença eterna na música (...) uma coisa que nunca mudará é a necessidade destas pessoas” (Murphy, 2015, p. XI).

O *modus operandi* (ou *modi operandi*) do indie, baseado na filosofia do “faça você mesmo” - (DIY), e em sua vertente “façam juntos” (DIT) - tem impactos significativos nas formas como este tipo de música é comunicado e percebido pelo público. Se como diz Becker (1984, p. 13) que “toda forma de arte implica em uma divisão extensiva do trabalho” o indie é o primeiro gênero musical a ser identificado pela maneira como é produzido e disseminado, por meio do trabalho colaborativo, em vez de ser definido por características sonoras específicas (Hesmondalgh, 1999). Devido a este caráter comunitário e cooperativo, o indie desperta um forte sentimento de pertencimento entre seus seguidores/integrantes formando espécies de cooperativas (semi)estruturadas em que os agentes se ajudam e se orientam, gerando ambientes autônomos e relevantes em seus territórios, sendo também formas de se mostrar ao mundo (P. Abreu, 2010a; A. Oliveira, 2020).

Métodos de trabalho colaborativo atestam a noção de que o conceito de criatividade tem gradualmente se distanciado de uma visão “transcendental” quanto da crença na *criação divina*, bem

como da idealização romântica do *gênio*. Ao invés disso, tem evoluído para uma abordagem mais ampla e difusa. O termo adquiriu novas interpretações, associadas à ideia de liberdade de escolha em âmbito individual e coletivo. Além disso, incorporou uma dimensão cotidiana, denotando uma espécie de habilidade técnica que pode ser aprendida e aprimorada por todos. Nesse processo, a criatividade assume uma natureza fluida e dinâmica, intrinsecamente conectada aos conceitos de processo e transformação em contextos culturais, históricos e sociais. Como dizem Quintela e Ferreira,

*a criatividade tem vindo a ser entendida como um tipo de ação que visa produzir 'ideias apropriadas' (...), sendo valorizada na exata medida em que consiga responder, de uma forma eficiente, eficaz e inovadora, aos desafios, crises e instabilidades do capitalismo contemporâneo (Quintela & Ferreira, 2018, p. 91).*

Os propósitos que as gravadoras indie carregam e que são intrínsecos à música que divulgam como manifestação cultural as tornam únicas, exigindo um estudo dos seus processos na formação e disseminação de jeitos inovadores de produzir e divulgar música. Esses processos são influenciados e influenciam a maneira como os territórios (cidades, bairros, espaços urbanos em geral) se desenvolvem enquanto polos culturais. A música indie se torna uma ferramenta de comunicação e marketing para esses locais, ajudando-os a se inserirem em mapas culturais. Formas de trabalho que se baseiam em diferentes e inovadoras relações econômicas, culturais e sociais. Afinal, as gravadoras indie têm um produto que possui alto valor simbólico, logo, esta relação com o consumidor, que é um fã, também se traduz de forma única. Este tipo de troca fica evidente quando falamos de indivíduos que mudam de posição neste mercado constantemente saindo da condição de fãs para assumirem posições de atores “produtores” e vice-versa.

## **OBJETO DE ESTUDO**

Após dois anos de intensa atividade, o chamado “boom” do *rock* português, o mercado fonográfico local encontrava-se estagnado por volta de 1982, com as grandes gravadoras apostando na repetição de fórmulas e na massificação do gênero (Guerra 2010; Neves, 1999).

Contudo, o *underground* despontava como um celeiro de criatividade impulsionado pelo fervilhar cultural que o país experimentava no início dos anos oitenta, decorrente da expansão da música jovem local. Essas faíscas acenderam a chama que culminou na emergência de cenas, bandas e selos que buscavam dar um novo frescor ao mercado fonográfico e à música portuguesa em geral.

Com a expansão, a música jovem em Portugal assumia um caráter mais autoral, acrescentando características locais e sonoridades próprias ao que se absorvia do estrangeiro. Houve o desejo de fazer *rock* não apenas em Portugal, mas um *rock* com características portuguesas. O gradual processo de modernização em Portugal, iniciado ainda nos anos 1980, que impactou principalmente as principais cidades, como Lisboa e Porto, desempenhou um papel essencial nessa transformação, acompanhando e influenciando as mudanças ocorridas na sociedade portuguesa (Guerra, 2010).

O movimento *underground* teve grande impacto cultural, mexendo com as estruturas dos “subterrâneos” da música por todo o país, no que resultou em um elevado e crescente número de bandas à margem do grande público, que buscavam novas linguagens, espalhando-se por todo o país, “cruzando referências culturais mais intelectuais, com uma plástica assumidamente pop, sem preconceitos e genuína vontade de fazer diferente, em sincronia com as novas sonoridades que chegavam lá de fora” (Amaro, Oliveira & Reis, 2017, p.129). Com isso, desenvolviam-se também novos estilos de se vestir, novos costumes, modos de agir e falar, entre outros.

Porém, eram necessários outros meios para absorver aquela produção, uma vez que a crise do mercado fonográfico local aumentava as dificuldades em editar um disco, com exigências de recursos financeiros e infraestrutura de difícil acesso. Logo, a expressão de maneira independente era uma necessidade. Assim, jovens investiam tempo e criatividade para conceberem e promoverem um novo mercado, inovador e com linguagens próprias. Iniciativas como Ama Romanta, Dansa do Som e Fundação Atlântica em Lisboa, e Facadas na Noite em Braga, entre outros, afloraram novas influências, que foram incorporadas na forma de não só fazer música, mas de gerir e disseminar essa música. Isso abriu caminho para outras gravadoras que marcaram e ainda marcam a música portuguesa anos depois, como Bee Keeper, Bor Land e Lux Records e, mais tarde, Omnichord Records, Lovers & Lollypops, Hey, Pachuco, entre outras.

Dessa forma, aqui o conceito de indie é abordado nas correntes do pós-modernismo e da globalização, sendo o local destacado pelas suas peculiaridades. Apesar dos fluxos cada vez mais intensos de informação, identidades locais ainda são fundamentais na formatação das cenas musicais contemporâneas (Kruse, 2010). A popularização da internet aumentou ainda mais as probabilidades de expansão e de sedimentação de cenas musicais cujo componente local é elemento primordial.

Ao propor este olhar para os selos indie em Portugal, indicamos também um olhar pioneiro e vanguardista para este tipo de estudo. Apesar da influência de outros similares (Cohen, 1991;

Hesmondhalgh, 1999; King, 2002, Reynolds, 2005; Ogg, 2009; Robb, 2010; Savage, 1992), a combinação destes com o que alguns autores chamam de “portugalidade” (A. dos S. Pereira, 2011) torna esta investigação um ponto de partida para o estudo da música local que tenha ênfase nas gravadoras indie e seus métodos inovadores e as suas presenças cada vez mais marcante na cultura portuguesa.

Desta forma, a presente pesquisa tem como objetivo analisar o poder transformador das gravadoras indie em Portugal, no período de 1982 a 2017, selecionando selos que representam tanto as movimentações do gênero no país quanto seus conceitos mais intrínsecos. Para realizar essa seleção, foram necessárias várias etapas de recorte, orientadas pelos princípios inerentes aos selos indie e análises da história da música pop portuguesa. A amostra selecionada é representativa do papel social das gravadoras indie no país, oferecendo oportunidades de carreira e contribuindo para a expansão da música local. Mas porque essas gravadoras? Porque não outras? Como já mencionado, além de um recorte temporal, foi imprescindível fazer um recorte também no objeto de estudo. O contingente de selos levantados de forma inicial era elevado, mais de 600 catalogados, o que exigiu um olhar retrospectivo para a história da música pop portuguesa a fim de selecionar um número viável para a pesquisa.

A seleção foi feita com base nos conceitos básicos do indie (e que são detalhados no decorrer desta tese) como o poder de democratização musical/cultural, as práticas do *do-it-yourself/do-it-together*, as estratégias vanguardistas, a exploração do território fazendo dele uma peça *visível* de expressão cultural e demais métodos para a uma possível expansão musical para fora das fronteiras portuguesas.

Os porquês da escolha dessas 18 gravadoras passam também por um olhar mais minucioso ao mercado português e suas particularidades. Por exemplo, somente entendendo que o indie em Portugal nasce com vontade de ser ao menos ser rentável é que consideramos a Fundação Atlântica a primeira gravadora do gênero em Portugal, mesmo com suas ligações com a Valentim de Carvalho (conexões que vão se repetir em outros selos como a Flor Caveira).

Como *filtros*, foram observados alguns “requisitos” para que se pudesse chegar a um número viável para a pesquisa e que, ao mesmo tempo, pudesse englobar o que se pretende aqui com abrangência e profundidade. Entre os eles, buscava-se gravadoras que tivessem uma comunidade coesa ao seu redor, conferindo uma dimensão social à sua atuação. A relevância desses selos para a

música local foi um aspecto crucial desse filtro. Procurava-se compreender como essas gravadoras contribuíam para o reconhecimento da música local em diferentes escalas, desde o âmbito local até o nacional e além. Outro critério importante foi a observação das estratégias de inovação no mercado. Essa capacidade de inovação não apenas destacou os selos indie em um ambiente musical dinâmico, mas também vem influenciando diretamente na relevância e longevidade. Além disso, buscou-se identificar gravadoras que combinassem diferentes formas de comunicação em sua atuação. A habilidade de integrar eficazmente diversas abordagens de expressão foi um indicador significativo da versatilidade e impacto desses selos no cenário musical. Também, o reconhecimento e endosso por formadores de opinião foram critérios que não puderam ser negligenciados. E, por fim, a percepção própria do autor complementou os critérios de seleção, oferecendo uma perspectiva singular à pesquisa. Uma abordagem pessoal que contribuiu para uma compreensão mais completa do papel dessas gravadoras no cenário musical e cultural.

Há uma associação clara das gravadoras aqui estudadas com o *rock*. O gênero é a pedra fundamental de todas elas, ainda que muitas tenham alargado seu leque sonoro (o que também mereceu atenção). É também objeto de acompanhamento meu desde a tenra idade, como mencionado, e por isso, pela proximidade e prévio conhecimento, não foram incluídos outros selos igualmente importantes para a história da música portuguesa como Príncipe Discos (vital para a disseminação de sonoridades africanas, como o *kuduro*), Disco Texas (selo importante para a música *dance* portuguesa), Clean Feed (voltada para o *jazz*), Loop Recordings (*hip hop*), entre outras.

Com isso chegamos aos seguintes selos: Fundação Atlântica, Ama Romanta, Dansa do Som, Facadas na Noite, Moneyland Record\$, BeeKeeper, Lux Records, Low Fly, Lovers & Lollipops, Hey, Pachuco!, Flor Caveira, Bor Land, Revolve, Cafetra Records, Zigur Artists, Omnichord Records, Spring Toast e Xita Records.

## **OBJETIVOS**

Dado o crescente número de estudos e publicações que enfatizam a importância e valorização da música (e da cultura em geral) como área de pesquisa, consideramos fundamental uma investigação sobre como os selos indie enquanto ferramentas vitais para a criação e desenvolvimento de formas únicas de fomento, promoção (e distinção) de diferentes culturas juvenis. Assim, analisamos as gravadoras indie portuguesas como uma força indispensável para inovadoras formas de fazer, produzir e divulgar a música, através das quais se moldam identidades, comunidades e (re)constituem

cenais musicais. São forças simbólicas, carregadas de signos e significados que demarcam novos tipos de público, distanciando-se do mainstream, conferindo sentidos individuais e coletivos de existência.

Desta forma, procurou-se responder diversas questões que se mostraram relevantes no início da investigação e outras que surgiram durante as entrevistas e pesquisas nas fontes bibliográficas e de imprensa. Entre elas: qual é o papel/importância das gravadoras indies/indie como disseminadoras de novas maneiras de fazer música em Portugal? Qual é o papel delas na formação, manutenção e divulgação de cenas musicais em Portugal? De que forma elas foram e são percebidas pelo público? Como faziam e fazem para se diferenciar? Quais são as estratégias e táticas de mercado, divulgação e disseminação que utilizam? Em que medida carregam ou refutam as características dos locais a que pertencem? Que táticas utilizam para se referendarem e distinguirem das chamadas majors e assim se demarcarem como referências de “boa música”? Que estratégias essas gravadoras mobilizam para se manterem vivas e relevantes por períodos cada vez maiores do que suas antecessoras? Quais são os diferentes modos e discursos que essas gravadoras usaram para se apresentar ao público ao longo do tempo? Como os selos indie do novo milênio se posicionam para atingir novos mercados em tempos de desmaterialização e pulverização musical?

Nossa hipótese partiu de uma premissa geral de que gravadoras indie desempenham papéis fundamentais no surgimento e/ou fortalecimento da música em territórios ou cenas musicais (na edição e divulgação de cenas locais e na forma de festivais que ligam esse territórios à música e a selos específicos), na criação de redes de network, na (re)transformação da infraestrutura local, no redesenho do mercado fonográfico interno, no desenvolvimento de pontos de comunhão e de música, como lojas de discos, praças e bares. Contribuem para a criação e disseminação de formas inovadoras de linguagens musicais que extrapolam limites geográficos.

Neste momento de massificação da produção musical, em que qualquer pessoa pode criar e lançar um álbum a partir de computadores pessoais, as gravadoras indies ainda cada vez mais cruciais para a descoberta de novos talentos, “faróis” para o novo, para se ter um norte em meio a pulverização e universalização de ofertas musicais. Geram empatia entre seus fãs, afeto, moldam gostos, fomentam comunidades, resultando em um sentimento de pertencimento a um grupo. E na já citada contemporaneidade marcada pela desmaterialização musical, as gravadoras indie, por sua vez, têm ampliado suas ações para além da produção fonográfica, abarcando a chamada Gestão 360°, que inclui o agenciamento de artistas, assessoria de comunicação e imprensa, realização e promoção de festivais, entre outros. Essas ações têm influenciado o panorama citadino ao levar a uma culturalização

da economia, colocando a cidade, bairro ou comunidade em mapas musicais e desenvolvendo locais para a prática musical.

Desta forma, consideramos que atingimos diversos objetivos (gerais e específicos) com esta investigação, que consistiu em verificar e analisar como as gravadoras indie se tornaram ícones de uma nova música em Portugal - um novo tipo de cultura - e, nesse processo, suas estratégias de comunicação e disseminação dentro do período temporal proposto. Além disso, elucidamos suas formas de organização, manutenção de nichos e expansão, difusão de posturas vanguardistas e de valorização do espaço urbano onde se localizam ou se mostrando como fatores de distinção em relação a este.

E, por último, mas não menos importante, examinamos o papel mercadológico das gravadoras indie e como elas se encaixam atualmente - uma vez que seus modos de operação são cada vez mais fluidos e profissionais - seguindo as lógicas atuais de desmaterialização da música com implicações claras nos processos, dinâmicas e atores das cenas locais. Porém, com atenção e cuidado a esses métodos para não perderem o contato com seus públicos e o que as torna diferentes. Pode-se afirmar que, segundo Abreu, as pequenas companhias e os produtores indie desempenham o papel de agentes privilegiados nas atividades de criação e produção musical mais inovadoras, atuando como um subsistema técnico dentro da indústria fonográfica (2010, pos. 1727).

## **METODOLOGIA**

Para o desenvolvimento desta investigação, adotamos uma abordagem transdisciplinar, combinando diversas áreas de pesquisa, como a comunicação, a sociologia, a antropologia, a geografia, dentre outras. Assim, procurou-se empregar uma variedade de técnicas de coleta e análise de informações, a fim de realizar uma operacionalização qualitativa e intensiva do fenômeno investigado, utilizando a triangulação para cruzar as informações obtidas e compreender de forma aprofundada as complexidades do objeto de estudo. Continuando com a ideia apresentada por Firmino da Costa, que enfatiza a necessidade de um estudo de caso investigativo se valer de uma diversidade de técnicas, acionadas alternada ou simultaneamente pelo pesquisador, como mencionado por Neves (1999, p. 30), essa perspectiva sugere que a abordagem de estudo de caso requer uma aplicação variada de métodos, conforme determinado pelo pesquisador. Assim, encontramos um novo objeto para desenvolver problemáticas, adaptando os métodos aos fenômenos que estudamos (do Ó & Vallera, 2020).

Assim, esta tese sobre 18 gravadoras indie musicais portuguesas inserem-se no que se chama de estudo de casos alargado de recorte multidimensional, diacrónico, sincrónico e comparativo, de características intrínsecas e diferentes entre si e de acordo com a configuração espaço-temporal proposta. A análise comparativa parte na investigação das influências dos *ethos* DIY e DIT e fenômenos socioculturais específicos que propiciaram o surgimento o desenvolvimento de uma nova forma de gerir a música em Portugal, analisando o impacto de crises, crescimentos econômicos, tendências culturais, entre outros.

A fim de realizar uma análise integral e meticulosa do objeto de estudo, foram delimitados tópicos que consideramos essenciais, na sua maioria destacados na fase de entrevistas, abrangendo temas como a democratização dos processos musicais, a gestão baseada nas éticas do DIY e DIT, a necessidade de visibilidade, vieses pioneiros e vanguardistas, a exploração sustentável do território para destacá-lo culturalmente e os processos de difusão internacional.

Outrossim, uma análise territorial abrangente foi imprescindível. Apesar da pequena extensão territorial de Portugal, foi possível identificar um grande número dessas gravadoras, com características intrínsecas e particulares, promotoras de uma diferentes culturas locais (Straw, 1991, 2014; Barraco, 2014). No recorte temporal proposto, a amostra de 18 selos se mostrou exemplar por sua capacidade de agregar comunidades, gerar cooperação, mão-de-obra multifuncional e utilizar o espaço de maneiras muitas vezes improvisadas, combatendo a precariedade, sendo essenciais no pioneirismo, na criação de novas carreiras, no combate ao tédio juvenil, na rejeição da cultura vigente, na formação de novas relações, de afeto, na realização pessoal, dentre outros aspectos.

Dessa forma, apesar de terem ocorrido manifestações independentes ao longo da história da fonografia portuguesa (Belchior Nunes, 2018; Losa, 2013), a criação da Fundação Atlântica, em 1982, em Lisboa, foi escolhida como o ponto inicial desta pesquisa. Esse evento foi fundamental para iniciar um *real* movimento de independência em todo o país, buscando renovar o mercado português que estava em crise após o boom do *rock* local em 1980 e vivia um momento de estagnação comercial e criativa. O recorte temporal escolhido para esta pesquisa se encerra em 2017, quando Portugal foi escolhido como *Country Focus* no festival Eurosonic, em Gronigen, Países Baixos, uma das feiras de música independente mais importantes do mundo. Esse evento chegou a ser considerado um divisor de águas na música portuguesa e marcou uma tentativa de expansão musical e de difusão internacional que, como mostramos ainda carece de melhores estratégias para poder realmente se expandir.

A divulgação, promoção, agenciamento e organização de artistas e seus respectivos concertos e fonogramas pelos primeiros selos indie em Portugal chamaram a atenção de comunidades, que desenvolvem novas cenas como forma de representações culturais. Para compreender essas contribuições em âmbito local e nacional, assim como as incoerências e pontos de tensão dessas gravadoras ao longo do nosso recorte temporal, utilizamos um método de estudos de caso ampliado, combinando discursos dos diversos atores que fazem ou fizeram parte dessas cenas. Além de uma extensa pesquisa bibliográfica, foram realizadas entrevistas com *managers* de selos, artistas, jornalistas e outros envolvidos no meio, com perguntas específicas para cada categoria de entrevistado.

Das 40 entrevistas programadas, foram realizadas 28, sem contabilizar as feitas mais de uma vez com os mesmos entrevistados para a checagem de informações. Foram ouvidos *managers* de gravadoras ou atores diretos que possuíam alguma função nelas, jornalistas, radialistas, cineastas, músicos, pesquisadores, presidentes e colaboradores de associações como a AMAEI (Associação de Músicos, Artistas e Editoras Independentes, criada em 2012), *promoters*. As idades variavam – como de se esperar num recorte temporal tão abrangente – dos 20 anos até os 60. Com a escolaridade marcando uma característica importante: todos os gestores de selos ou atores que participavam destes possuem ensino superior. Como descrito na metodologia, da mesma forma que foi feita a escolha das gravadoras para esta pesquisa, as entrevistas também procuraram abranger o território nacional, ou ao menos onde os selos indie têm maior atividade. Ainda assim, houve uma lacuna não preenchida que foi o sul do país, onde não se obteve qualquer resposta para entrevistas e - com a falta de documentação - não foi possível inserir alguma iniciativa do gênero da região.

Para analisar os dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo em dois momentos: primeiro, a partir da pesquisa bibliográfica, que gerou uma rodada inicial de perguntas; e segundo, quando novas questões foram introduzidas a partir das entrevistas iniciais e das observações dos *managers* das gravadoras pesquisadas. As entrevistas foram realizadas de forma semiestruturada, semidiretiva, utilizando a técnica de bola de neve, tanto presencialmente quanto online ou por telefone. Em todos os casos, foi permitido pelos entrevistados que fosse usado o nome real.

Neste ponto foram identificadas novas limitações que se apresentaram como desafios a serem superados durante a pesquisa. Além da dificuldade inicial em explorar realidade musical ainda desconhecida, as entrevistas representaram um outros obstáculo a ser enfrentado. Vários possíveis entrevistados não responderam a múltiplas requisições. Alguns chegaram a marcar entrevistas, mas não compareceram, sem dar uma justificativa posterior. Outros, quando contatados, mostraram-se

relutantes em falar sobre o passado, uma posição que foi obviamente respeitada. Observou-se uma dificuldade maior com atores que representavam os selos mais antigos em Portugal. Também não foi possível estabelecer contato com um *ex-manager* de uma gravadora dos anos 2000, fato, no entanto, já esperado, devido à notória indisposição em falar do tema. Tentou-se ainda equalizar o número de homens e mulheres para que o escopo fosse mais completo, porém, não foi possível devido a falta de retorno para pedidos de entrevistas ou as negativas para estas. Com isso, o número de entrevistadas do sexo feminino ficou muito abaixo do esperado, com apenas três entrevistas.

Considerando que o objetivo da pesquisa é analisar os efeitos dos selos discográficos em questão, em vez de se concentrar exclusivamente nas histórias de vida de seus membros, as limitações bibliográficas encontradas durante o processo de coleta de dados foram contornadas por meio de outras fontes de pesquisa. Nesse sentido, a análise sistemática e comparativa e a coleta documental de publicações musicais foram fundamentais para minimizar esse contratempo. Através da exploração de conteúdo editorial dos principais veículos culturais portugueses, tais como a revista/jornal Blitz, os jornais O Público (especificamente o suplemento cultural semanal Ípsilon) e Se7e, a revista LP e *websites* como a Trompa, Bodyspace, entre outros, foi possível visualizar e realizar as comparações e cruzamentos necessários para compor o escopo de pesquisa. Além destas fontes, o uso de documentários foi de suma importância para complementar ou até mesmo levantar novas questões sobre o assunto. Dessa forma, outros problemas que poderiam surgir, como, por exemplo, a “confiabilidade” das informações coletadas, também puderam ser mitigados por meio da triangulação desses dados.

Durante o decorrer da presente pesquisa, também houve a participação ativa enquanto investigador de eventos organizados por estes selos, tais como festivais, concertos, lançamentos, workshops e palestras, quando as restrições impostas pela pandemia permitiram. Nessas ocasiões, buscou-se ampliar conexões, estabelecendo contato direto com vários destes atores e novos vínculos com outros profissionais envolvidos nas cenas musicais estudadas. A presença nessas atividades foi fundamental para o aprofundamento da pesquisa, permitindo maior compreensão do contexto em que os selos atuaram e das interações estabelecidas entre seus agentes e o público.

Dessa forma, obtivemos uma percepção ampla de como essas gravadoras indie movimentam os espaços urbanos e alteram o panorama artístico das mais diversas localidades, criando simbologias singulares em cada caso. Por meio da forma como trabalham e promovem essa música, elas impulsionam as culturas locais e reordenam a geografia musical do país. Com isso, a metodologia

utilizada procurou representar uma abordagem inovadora para o estudo deste tipo de música, o que pode trazer novas perspectivas para a comunidade acadêmica acerca de como esta arte se valorizou e se propagou no país.

## **ALINHAMENTO**

Para estruturar claramente a investigação, foi escolhido um método a fim de organizar os capítulos de modo que se complementem ao longo da leitura enriquecendo-se a cada passo dado. A organização é um reflexo do encadeamento dos temas e da estrutura epistemológica que tomou controle dessa investigação, para que pudesse lidar com a compreensão e o entendimento dos fenômenos estudados numa constante troca entre a empiria e a prática.

O primeiro capítulo deste trabalho de pesquisa parte de com uma análise cuidadosa do indie enquanto manifestação social buscando identificar os elementos que o compõem e o tornam singular. São discutidos os conceitos que o definem tais como a democratização musical em suas diversas vertentes, a descentralização, a forte presença da “componente humana” caracterizada pelo afeto e partilha de gosto que conecta agentes, a formação e manutenção de cenas musicais, a colaboração entre artistas, os campos, os processos comunicativos e as redes, bem como a inserção do indie em um contexto globalizado.

No capítulo 2 é analisado o impacto do conceito de independência dentro da história da música gravada, como ele acompanha essa linha do tempo e as suas modificações ao longo dela. Escolhemos uma visão global, pois entendemos que o mercado português – no que se refere a práticas antes do indie – seguiu tendências e foi, de certa maneira, “repetindo” o que acontecia principalmente no maior mercado fonográfico mundial, os Estados Unidos. Com este capítulo procuramos dar um pano de fundo mais concreto do papel da música gravada de forma independente e das suas mais variadas vertentes identificadas ao longo dos anos.

Assim, no capítulo 3, buscou-se uma contextualização sobre as gravadoras indie. Embora possuam características distintivas, elas compartilham traços comuns que foram categorizados e examinados. Ademais, procurou-se destacar as temporalidades do gênero e os desafios encontrados que também serviram para impulsionar a criatividade e o pioneirismo influenciando igualmente selos indie em Portugal. Além disso, foi importante demarcar o termo “indie” de outros utilizados – aqui visto como de forma errônea – como sinônimos não só pela indústria como pela própria academia.

No capítulo 4 buscou-se evidenciar as circunstâncias sociais, culturais e econômicas que propiciaram o surgimento dos selos indie em Portugal, bem como seus processos de formação e disseminação pelo país. Destaca-se, ainda, a descentralização de Lisboa e como esses selos se tornaram modelos de organização e desenvolvimento, visando a transformação da música em uma forma de vida no país. Para uma compreensão mais aprofundada, os selos foram categorizados de acordo com as décadas em que surgiram, destacando as transformações ocorridas em cada período (e território) que se mostraram determinantes para moldar de maneira única o gênero em Portugal ao longo dos anos.

A partir do capítulo 5, foram aprofundados conceitos abordados no início desta pesquisa, aplicando-os agora aos métodos de funcionamento dos selos indie portugueses. Nesse sentido, dissertou-se sobre o papel democratizador dessas iniciativas, não apenas em sua prática, mas também na edição e participação ampliada, criando espaço para novas ideias e formas de convivência musical e social que transformaram o indie em um estilo de vida.

No sexto capítulo, foram analisadas os tipos de gestão adotados pelos selos indie portugueses, fundamentados nas éticas do *do-it-yourself* e do *do-it-together*, promovendo a participação direta de fãs, consumidores e indivíduos nos processos de produção musical. Tais práticas democráticas possibilitam novas formas de criação, colaboração e interação em cenas musicais.

No sétimo capítulo, investigou-se como o pioneirismo, a liberdade criativa, decorrentes das práticas descritas anteriormente, tornam-se aspectos fundamentais da identidade dos selos indie portugueses. Em busca de sustentabilidade e maior espaço no mercado, esses pequenos coletivos transformam-se em microempresas inovadoras se valendo de gestões mais profissionais, enquanto buscam manter a autonomia como um elemento chave.

O pioneirismo mencionado possibilita a prática de uma exploração sustentável do território onde essas organizações têm suas bases. O capítulo 8 examina a função dos selos indie no fomento de novas ideias por meio da utilização de espaços urbanos como palco. Tais iniciativas, em muitas ocasiões, desempenham um papel proeminente que, em princípio, caberia ao poder público. Além de disseminarem a música em suas regiões (inicialmente), esses selos funcionam como polos criativos que atraem turistas e investidores, enfatizando que cenas musicais não são uma exclusividade das metrópoles.

Entretanto, embora os selos indie portugueses possam se orgulhar do seu status de disruptivos de realidades desfavoráveis, de propulsores de diversas sonoridades, um conceito ainda visto como falho é explorado no capítulo 9. Aqui, a difusão internacional – frequentemente e equivocadamente denominada como “internacionalização” - é analisada enquanto um desafio para o cenário indie nacional e as razões por trás da baixa penetração dos selos indie portugueses além das suas fronteiras. Embora Portugal tenha conquistado uma grande visibilidade com o festival Eurosonic em 2017, o capítulo conclui com os resultados não condizentes com a expectativa criada e com a apresentação de questões adicionais, identificando caminhos que a música indie portuguesa pode tomar para superar essa barreira.

No capítulo final desta tese, apresentamos as principais conclusões deste estudo, destacando as respostas para as questões formuladas para cada um dos objetivos analíticos propostos. Também, sugerimos direções de pesquisa que consideramos relevantes e que podem ser aprofundadas em estudos futuros.

## 1. UMA CONCEITUALIZAÇÃO PARA O ESTUDO DAS GRAVADORAS INDIE EM PORTUGAL - 1982 – 2017

As gravações eram capazes não apenas de reunir culturas musicais distantes, como também de disseminar a obra e as performances de cantores, orquestras e artistas dentro de uma cultura. (...)  
[O]uvir uma música nova e estranha pela primeira vez muitas vezes nos abre portas para coisas que nem imaginávamos existir. (...)  
Aquela canção não apenas soava diferente, era algo socialmente diferente. (...)  
O mundo de repente me pareceu um lugar maior, mais misterioso e empolgante - e tudo porque eu por acaso *havia ouvido um disco* (Byrne, 2014, p. 94).

### 1.1 DEMOCRATIZAÇÃO CULTURAL

Uma das principais perguntas - senão a principal - que se pretende responder neste capítulo é: em qual medida o surgimento, a proliferação, seguida de práticas de profissionalização das gravadoras *indie* portuguesas impactou na democratização e no desenvolvimento da música como um todo no país? Ou seja, como as iniciativas ditas independentes da grande indústria fonográfica foram capazes de absorver e/ou incentivar produções que se configuravam à margem desta, sendo vitais e virais para que a música portuguesa se tornasse o que é hoje: uma força cultural, representativa, um produto fundamental para economias locais e de possível exportação. Além disso, ferramentas de identidade, de marketing e comunicação para territórios (bairros, aldeias, cidades, entre outros). Antunes destaca que a democratização da cultura está, principalmente, associada ao aumento do acesso à informação. Com frequência, percebe-se que a comunicação é dirigida àqueles já envolvidos, em vez de ser direcionada àqueles que podem manifestar interesse (2022, p. 374).

São redes sociais informais que se caracterizam pelo envolvimento de criadores e consumidores que, em sua maioria, possuem relações prévias e interagem entre si (Guerra, 2010). Organizações culturais inseridas nessas redes desempenham um papel fundamental ao fornecer recursos para a produção, disseminação e exibição de obras musicais na forma de pequenas organizações culturais. Essa combinação revela-se estimulante para a criação de uma cultura que se destaca pela sua originalidade estética, e pela capacidade provocativa em termos ideológicos. Tal fenômeno ocorre, em grande parte, porque essas redes atraem predominantemente os jovens, propiciando um ambiente propício à inovação, baseado em um fluxo de feedback contínuo entre os próprios criadores e também entre estes e suas respectivas audiências.

Este tipo de empreendimento surge como resposta à necessidade de concretizar preferências musicais individuais, preencher lacunas na oferta de programação musical, divulgar novos talentos emergentes no cenário underground e promover experiências lúdicas e sociáveis em torno da música (Guerra, 2010).

Verificamos uma cultura que emerge dos “subterrâneos” tendo como princípio dar voz para artistas e bandas que não teriam espaço em grandes gravadoras aqui chamadas de majors. A reação ao *status quo* e às condições impostas precariedade faz surgir métodos alternativos de produção musical, baseados em meios e maneiras de criar oportunidades para a divulgação de culturas *underground*. Noções de autenticidade e de liberdade criativa são intrínsecas à essa produção fazendo do indie um gênero não só musical, mas comportamental.

As gravadoras indie desnudaram modos de produção “automatizados” das majors, feitos para o consumo “fácil” e descompromissado, transformando a paisagem musical visando a constituição de métodos de democratização da música, configurando-os de maneiras singulares (Hesmondhalgh, 1996, 1999). Como atesta Adorno, “fundamentalmente, a música adquire seu conteúdo de verdade social tão só por meio da oposição, mediante a revogação do seu contrato social” (Adorno, 2011, p. 405). Igualmente, o consumo provocado por esses novos meios de enxergar a música faz com que estas gravadoras assumam papéis de autoridade sobre questões de gosto, de conhecimento musical, passando a ser eixos de democratização também através da possibilidade de partilha de informação. Além, segundo Pais et al. (2022, p. 25), a ênfase do conceito de democracia cultural está na promoção de políticas culturais que se concentram na produção e no pluralismo culturais, sem menosprezar as práticas artísticas amadoras.

As gravadoras indie foram responsáveis pela fragmentação da narrativa única das *major*s. Isto deu a oportunidade para qualquer indivíduo de criar modos próprios de fazer e fomentar a música, estabelecer novos laços sociais através dela e criar cenas musicais com funcionamentos distintos dos *estabelecidos* pelo *mainstream*. Essa ruptura, conforme Ulusoy (2016, p. 246), abre caminho para a fragmentação da cultura e da sociedade, destacando a predominância de discursos e posições de sujeito que enfatizam a heterogeneidade, multiplicidade, pluralidade, individualidade e fragmentação.. Segundo Crane, para entender o universo aqui estudado, é importante analisar a relação dele com a cultura que se mostra dominante (o *mainstream*) e com os atores que fazem essa cultura (ou contracultura) emergir (Ulusoy, 2016). Desse modo, visualiza-se duas vias: uma de resistência e outra de existência. A primeira é uma alternativa a um modo de produção que limita, categoriza, mistifica e

só é possível àqueles encaixados nos parâmetros estabelecidos pela indústria fonográfica. A segunda baseia-se em relações estabelecidas na convivência e no mútuo apoio para a música. É se fazer visível em ambientes de raras possibilidades, delimitados, no caso português, por um mercado pequeno, onde as oportunidades parecem estar sempre nas mesmas mãos. Guerra, ao analisar essas comunidades ou cenas, observa que sua estrutura não é exclusivamente definida pela classe social, mas leva em consideração outros fatores como etnia, gênero, orientação sexual ou estilo de vida (2021, p. 128).

Novos meios de lazer e de experiências culturais são fomentados, assim como novos mercados e novas maneiras de consumo, democratizando e alargando o leque de opções musicais. Essas experiências provocam sentidos de pertença ao território, a descoberta de aptidões, conexões com novas tecnologias e vínculos através do gosto compartilhado, criando identidades. Isto porque, conforme apontado por Oliveira, a música desempenha um papel crucial na formação de identidades, através dos diversos meios de criação, disseminação e apreciação. Adicionalmente, a música desempenha uma participação essencial nas práticas de formulação de políticas em âmbito local (Oliveira, 2020). Selos indie são canais de expressão artística sob a forma de fonogramas, mas também por eventos, reconfigurando o território, criando meios e/ou revitalizando locais para a prática musical, transformando-os em espaços de liberdade e de criatividade. Segundo Lee, as gravadoras indie<sup>2</sup> há muito tempo conservam uma influência cultural que supera consideravelmente o impacto econômico efetivo que exercem no mercado. “[T]ornaram-se entendidas como oásis inovadores e criativos para músicos novos ou não convencionais em meio a um negócio discográfico orientado para o capital e orientado para o lucro” (Lee, 1995, p. 13).

De acordo com Crooke, o movimento indie é fundamentado em uma abordagem de “faça-você-mesmo” que questiona as estruturas de produção existentes na indústria musical (Crooke, 2008). E, para tal, os selos indies são essenciais nos processos de democratização dos meios de produção e disseminação musical. Foi a forma de se contrapor ao *mainstream* e garantir que houvesse meios alternativos de se registrar e de se disseminar música (Hesmondhalgh 1999). A desmistificação dos processos de produção musical promovida por esses selos incentivou a participação de indivíduos e o envolvimento com a música em todas as suas etapas, ajudando decisivamente a mudar a face da

---

<sup>2</sup> Em capítulos posteriores iremos analisar as diferenças propostas para este trabalho em relação a gravadoras indie e independentes.

indústria musical Strachan (2007). Como apontam Den Drijver & Hitters (2007), é possível interpretar as motivações políticas e morais como uma forma de resistência ao discurso dominante.

*Por esta razão, alguns independentes tentam transformar ou democratizar o sistema (...). Eles visam promover gêneros contra hegemônicos ou não convencionais (...). Esses gêneros também são conhecidos como gêneros “indie”, incluindo punk, pós-punk, pop indie, rock espacial, rock psicodélico, pós-rock, krautrock, lo-fi e muitos gêneros eletrônicos (...). Ao responder a gêneros fora da oferta principal, as pequenas gravadoras criam oportunidades para entrar na competição com as majors e contribuir para a diversidade da música contemporânea (Den Drijver & Hitters, 2007, p. 21).*

Logo, o indie é uma reação à “indústria cultural” de massas (Adorno, 2011), à uniformização do gosto, em que a música é desarraigada de significados e o consumo torna-se apenas um ato de compra de uma mercadoria. A indústria cultural tem como *modus operandi* a padronização e uniformização da produção por meio da repetição e previsibilidade (DeNora, 2003)<sup>3</sup>. Desta forma, garante a manutenção de públicos e receitas. As gravadoras indie têm papel crucial na quebra desse sistema *fordista*<sup>4</sup> de produção musical pela forma “artesanal” e “amadora” no trato com a música desde a sua criação, tendo na sua concepção a democratização de diversos tipos de sonoridades, influenciando o ouvinte a experimentar e a tomar decisões baseadas no gosto pessoal e nas relações sociais. Aqui, o gosto é uma forma de se distanciar de uma realidade mecanizada. A importância dos gostos musicais para os indivíduos reside fato de que suas preferências musicais são expressões de identidades e personalidades (Frith, 2011). Segundo Ogg, a essência da música indie é proporcionar uma alternativa para os artistas que estão à margem do cenário comercial. Segundo a perspectiva do autor, ao aceitarmos essa premissa, a independência é entendida como uma correção filosófica à lógica darwinista impiedosa do mercado musical convencional, em vez de ser meramente encarada como uma alternativa de modelo de negócios (Ogg, 2009, p. 439).

Mas, se o *punk*<sup>5</sup> abriu as portas com o *do-it-yourself*<sup>6</sup>, empoderando jovens a criarem suas próprias culturas e expressões, o *pós-punk*<sup>7</sup> alargou as noções de acesso e de participação, fazendo com o que a música fosse capaz de criar carreiras, desenvolver aptidões, abrangendo mais influências musicais e estéticas mais diversas, sendo fundamental também pelo seu sentido de descentralização dos territórios (Hesmondhalgh, 1998). Guerra observa que, no contexto do desenvolvimento do

---

<sup>3</sup> Segundo Shuker, o filósofo alemão não era um “opositor” da música pop, mas sim a sua exploração pela indústria cultural (1998).

<sup>4</sup> Mais em <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/fordismo.htm>. Acessado em 30/08/2021.

<sup>5</sup> Período, que seguindo a lógica de outros estudos, compreendido “filosoficamente” entre 1976 e 1978 com o fim da banda Sex Pistols.

<sup>6</sup> Ver capítulo VI.

<sup>7</sup> Período iniciado logo na sequência que, assim como descrito acima, iria de 1978 até 1984.

movimento punk, a ética do faça-você-mesmo (DIY) evoluiu para se tornar *habitus* e *ethos*<sup>6</sup>, representando uma mudança do papel de consumidores culturais para produtores culturais (Guerra, 2018).

Esse processo não se dá sem um forte sentido de coletivismo, de trabalho em grupo (Becker, 1982) transformando o que era o *do-it-yourself* em *do-it-together*. Com isso, novas vozes são ouvidas e, conseqüentemente, novas visões sobre a produção musical são compartilhadas, expandindo as experiências e as propostas em torno da música. Desse modo, o fluxo constante de informações é determinante para que essas movimentações ganhem ritmo, força e se sustentem (Crossley, 2015; Hesmondhalgh 1996). Essas iniciativas se mantêm através da participação alargada, da produção / captação / democratização de conhecimento. Surgem formas de se relacionar com a música, a criação de meios para a especialização de indivíduos “não-capacitados” para que possam exercer carreiras (mesmo que inicialmente não remuneradas, ou não remuneradas) dentro dessas comunidades. No indie, a cultura não é um produto de dominação. O desejo é por uma sociedade diversa e não estratificada, assim como o acesso à arte de todos e para todos. Assim, o indie é também uma ferramenta de democratização da música e da cultura.

*Mas de que se fala quando se fala de democratização cultural? Da possibilidade de cada indivíduo viver “a incorporação durável de um conjunto de disposições intelectuais e estéticas”, sendo “alcançáveis resultados efetivos neste domínio [com a condição de haver] um limiar mínimo de equipamentos culturais acessíveis, isto é, disponíveis e ativados (...)” e “uma política persistente de atracção de públicos” (...). Um processo que é esperável produzir – para além de outros efeitos de carácter mais subjetivo – o alargamento do número de praticantes culturais, bem como a sua diversificação em termos de perfis sociais (M. T. D. Martinho, 2011, p. 29).*

Conforme apontam Hesmondhalgh & Meier, a música popular pode estar fundamentada em recursos de produção e custos acessíveis, especialmente quando o público se identifica com uma estética caracterizada pela simplicidade e vitalidade, em vez de refinamento e complexidade. Essa dinâmica é uma das razões pelas quais a música popular se tornou mais receptiva à ética da

---

<sup>6</sup> *Ethos* não seria uma noção “fixa”, e se reflete nas experiências do grupo e capaz de incorporar paradigmas diversos. Segundo Crooke, passa pelos valores e um espírito de coletividade que permeiam as ações de determinados grupos ou cultura musical. “Originária da Grécia antiga, a palavra *ethos* primeiro se referia aos hábitos e caráter de um indivíduo. Na filosofia, desenvolveu-se como uma forma de descrever o caráter, o espírito e os hábitos de uma comunidade ou grupo. Nos estudos educacionais, o *ethos* está ligado à noção de *habitus* de Bourdieu – atributos que os indivíduos dentro de um grupo social têm em comum – e é usado para descrever a cultura organizacional. Num contexto religioso, está muitas vezes ligado a um “espírito distintivo de um povo ou de uma época”, e usado para esclarecer as ações desse grupo ou época e os valores por trás delas. Isso se assemelha ao uso do termo “ética” por Weber, pelo qual ele explica o impulso por trás do capitalismo em sua publicação de 1904, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (1983) (Crooke, 2008, pos. 59).

independência e da autossuficiência do que outras indústrias culturais, especialmente em determinados gêneros musicais (Hesmondhalgh & Meier, 2015, p. 04).

A desmistificação dos processos musicais que começa com o *punk*, se entranha e se desenvolve no *pós-punk* através das éticas *do-it-yourself* (DIY) e depois do *do-it-together* (DIT) espalha a noção, o *ethos* em que qualquer pessoa poderia não apenas formar uma banda, mas seu próprio selo, gravar e distribuir discos. Esta atitude se tornaria um lema, um método. O meio, ou seja, a forma, é a mensagem neste jeito de se tratar a música (McLuhan & Fiore, 1967). Esta, enquanto produto cultural, poderia, segundo Adorno, “elevantar ou suprimir as faculdades críticas, perceptivas e expressivas humanas” (DeNora, 2003, pos. 281), promovendo relações sociais e refletindo os cotidianos em que é produzida.

Conforme Hesmondhalgh e Meier (2015) apontam, no âmbito da música, há uma considerável importância atribuída às ideias de liberdade e autonomia artística. Essa perspectiva deriva das concepções pós-iluministas da estética como um domínio vital da experiência. Com a percepção de que o pensamento religioso não era mais uma fonte confiável de conhecimento, a estética passou a ser compreendida como um espaço onde o pragmatismo científico e a busca por riqueza poderiam ser combatidos, permitindo o acesso a verdades mais significativas sobre a existência humana.

Assim, inúmeros fenômenos sociais da pós-modernidade podem ser interpretados como sendo uma contestação ao racionalismo científico da modernidade. É nesse sentido que Jean-Martin Rabot explica o movimento dos Coletes Amarelos que abalou a sociedade francesa entre finais de 2018 e o início de 2020:

*A revolta dos Coletes Amarelos pode ser entendida como uma oposição ao racionalismo ocidental, racionalismo esse que acompanhou o desenvolvimento da civilização europeia e que encontramos tanto nos seus momentos históricos chave como nos pensadores que os encarnam, à semelhança do que se passa no Renascimento, com Descartes; no Iluminismo, com Condorcet e no século XIX industrial e produtivista, com Hegel, Comte, Saint-Simon e Marx (2022, p. 210).*

É assim ainda que o mesmo autor decodifica os comportamentos de risco nos meios juvenis atuais, enquanto relativização da razão e redescoberta das paixões: a maior parte dos autores que enveredaram pela perspectiva do ‘endireitamento’ do homem esqueceram-se da sua complexidade. Esqueceram-se de que o processo de domesticação do homem de que falavam Nietzsche, Foucault, Marcuse e Elias nunca podia ser total. Aliás, só podemos concordar com Norbert Elias quando este afirma que o processo civilizacional, que consistiu em recalcar a vida pulsional, em aquartelar a vida

afetiva, em adocicar os costumes e em instaurar toda uma série de controles e de autocontroles interiorizados, a ponto de se tornarem uma 'segunda natureza' para os homens, não pôs fim às múltiplas encarnações do mal: loucuras, barbaridades, violências, insanidades, à semelhança dos comportamentos de risco. Até porque estes constituem muitas vezes uma maneira de opor uma resistência sã e serena à asseptização prometeica da vida, imposta pela trindade laica referida por Michel Maffesoli: 'o Progresso, o Trabalho e a Razão'.

*As loucuras sociais constituem, por outras palavras, uma denegação radical dos ideais da modernidade e correspondem a uma redescoberta das paixões, enquanto verdadeiro motor dos comportamentos e das ações humanas. Em todo o caso, representam uma refutação categórica dos designios da filosofia da história para a qual 'o instinto de razão encontra na sua procura apenas a própria razão' (Hegel) (Rabot, 2009, pp. 227-228 e 229).*

É desse jeito que podemos analisar também a música, que ocupou um lugar proeminente dentro dessa visão estética pós-iluminista, devido à sua suposta ligação especial com a subjetividade, muitas vezes percebida por meio de sua habilidade em expressar, evocar ou instigar emoções. Essa forma de pensamento, combinada com críticas ao industrialismo, contribuiu para a noção de que criatividade e comércio deveriam ser opostos um ao outro. (Hesmondhalgh & Meier, 2015, p. 02).

Essa práticas têm início, no caso do indie, com o Buzzcocks, banda de Manchester, pioneira ao gravar (em dezembro de 1976), produzir e lançar (em janeiro de 1977) o EP *Spiral Scratch* com recursos próprios, ou seja, sem o suporte de uma gravadora o que representou uma atitude inovadora na época. (Logue 2015). Para tal, a banda juntamente com seu manager, Richard Boom, fundaram um selo, New Hormones, e, assim, mostraram ao mundo que era possível um meio de produção que pudesse estar sob total controle do artista. Tão importante quanto criar foi *dividir conhecimento*. O saber, os *modi operandi* não seriam mais *propriedade* de grandes corporações. Qualquer pessoa poderia montar um selo e divulgar os projetos musicais dos amigos, da rua, do bairro, da cidade etc. Após a popularização da internet em meados dos anos 1990 e das novas tecnologias de gravação e distribuição musical, as práticas DIY se expandem e a democratização é mais plausível, pois a ética do faça-você-mesmo (DIY) nas décadas de 1980 e 1990 tinha como objetivo a emancipação da produção musical, centrando-se em valores de acesso, participação, cooperação e colaboração, de acordo com Tarassi (2011, p. 88-89).

*A desmistificação foi importante. E foi aí que a política entrou realmente - o compartilhamento de conhecimento. E o encorajamento de quem tenta empreender em qualquer tipo de campo artístico para tentar seguir seu próprio caminho e fazer as*

*coisas por conta própria, sem precisar de permissão – tudo isso era muito importante e empoderador (Geoff Travis, manager, Rough Trade, como citado em Ogg, 2009, p. 192).*



**Figura 1:** O EP Spiral Scratch da banda Buzzcocks. Fonte: <https://www.dominomusic.com/releases/buzzcocks/spiral-scratch/7-single>

Porém, mesmo o New Hormones se inseria no modo usual das gravadoras independentes até então. Foi uma plataforma para que os Buzzcocks pudessem conseguir um contrato com uma major, o que acabou acontecendo com a contratação pela United Artists<sup>9</sup> pouco tempo depois. Até aquela altura, esse tipo de selo funcionava como espécie de vitrine para as grandes gravadoras. Porém, a iniciativa fez surgir o que viria a ser conhecido como indie.

A denominação “indie” só viria a aparecer no fim da década de 1980, uma vez que até então não “ser uma major” era chamado de independente<sup>10</sup>. Apesar de ser uma abreviatura do termo, designa mais do que ser independente. Refere-se ao modo como é produzido, um “encapsulamento das esperanças político-estéticas investidas em pequenas e descentralizadas instituições da indústria fonográfica (Hesmondhalgh & Meier, 2015, p. 04). Com o alargamento das fronteiras musicais promovida por estes selos, o termo “indie” tornou-se mais abrangente, não se prendendo ou “representando” sonoridades específicas, como o rock. Neste trabalho, o indie significa um “produto” de gravadoras que são ou tenham sido constituídas sem o apoio de grandes corporações; formadas na sua maioria por pessoas de fora do mercado fonográfico; que carregam e promovem ideologias de

---

<sup>9</sup> <https://www.britannica.com/topic/United-Artists-Corporation>. Acessado em 20/12/2022.

<sup>10</sup> Quando se fala na *sonoridade* indie - e voltaremos a isto mais adiante – entendemos que se trata somente àquela associada às bandas a época do surgimento do termo e disseminadas por estes tipos de selos. Sem um rótulo adequado (chamar apenas de *guitar rock* era muito vago) a mídia, resolveu nomear como sonoridade o gênero que emergia das iniciativas de indie na época.

vanguarda, do estar-junto, de disseminação, de democratização dos meios de produção musical, entre outros.

Sendo assim, impulsionados pela iniciativa dos Buzzcocks, selos indie, como a Rough Trade, em Londres; a Factory Records, em Manchester; a Fast Products, em Edimburgo, começam a surgir no Reino Unido com a “missão” de agrupar artistas e bandas sem espaço nas grandes corporações e que comumente faziam parte das comunidades em torno dessas gravadoras. Isto gerava engajamento entre os atores destas coletividades. “Quando algo é tão pequeno e tão *underground*, envolve todo mundo - não somente os donos das lojas de discos, mas os dos clubes, as revistas, as bandas. É do interesse de todos colaborar” (Jeff Nelson, manager, Dischord Records, como citado em Azerrad, 2001, p. 144). Tal atitude, inspirada pelo *ethos punk*, mas também por ideias que remontavam a contracultura dos anos 1960, foi vital para uma quebra dos padrões estabelecidos para a produção musical. De acordo com Hesmondhalgh (1996, p. 14), os produtos culturais têm a capacidade de promover posturas críticas em relação às condições sociais e artísticas, desencadeando ações em resposta a essas circunstâncias. Era também o momento em que o lazer ocupava papel fundamental na vida cotidiana. Para Marcus (1989, p. 369), o lazer estava prestes a se tornar o núcleo da civilização, representando um reino de potencial felicidade tão abrangente que desafiaria a capacidade de todos os mecanismos de alienação para subjugar esse domínio. Mais do que uma atividade lúdica, o lazer dava sentido à vida, era a prática de autenticidade, de expressão e de liberdade.

Desenvolvido em cima de uma “estética baseada em mobilização e acesso” (Hesmondhalgh, 1999, p. 37), o indie representa a vertente mais “livre” e soberana da independência musical, da democratização da música. Isto tanto para quem a faz - os músicos - como para quem atua nas mais diversas vertentes do processo - produtores, artistas gráficos, *promoters* etc. - quanto para os fãs que têm acesso a novos tipos de música não massificados pela grande mídia. O processo inicial foi de total ruptura com a indústria fonográfica da época. “Teriam” de ser geridas por novas - e, talvez, com uma necessária irresponsabilidade - visões do mercado. As formas tradicionais de expressão não bastavam para aqueles indivíduos. Os horizontes abriam-se dando ao processo grande importância, tanto quanto a música que concebia, levando a imprensa musical rotular o novo gênero a partir da sua forma de criação (Hesmondhalgh, 1996).

Em Portugal, assim como no resto do mundo, o que ditou essa revolução na música foi a necessidade, uma vez que não havia gravadoras em grande número e as que existiam não estavam dispostas a investir em artistas sem retorno “certo”. Isto impulsionou esquemas de

autogerenciamento, na organização de novos próprios espaços para a promoção desta música (Ogg, 2009); e 3) e a uma postura de se fazer ouvir frente à dominação cultural e econômica do eixo Lisboa-Porto e, mesmo nessas cidades, promover posturas *anti-establishment*. A influência direta das gravadoras indie do Reino Unido logo após o chamado *boom* do *rock* português (entre 1982 e 1984) o espaço para novas bandas fora dos padrões do *mainstream* rareava resultado de uma estagnação do mercado interno. Logo, era necessário (re)cria-lo à margem deste mercado.

Tudo dentro do contexto da abertura política pós 25 de Abril<sup>11</sup> que funcionou, como diz Guerra (2018), como um pano de fundo para mudanças profundas na cultura e na forma como os jovens portugueses encarariam o lazer e a criação artística a partir dali. Identidades se constituíam pelas possibilidades abertas em um rompimento com padrões de consumo e sociabilidades combinado com modos de ser, de vestir e de se portar. Porém,

*[H]á que relevar que o circuito independente das editoras é essencial para um equilíbrio no campo musical, na medida em que dão lugar a novos valores musicais de dimensão ainda experimental e underground, bem como a importância de uma aposta em estruturas de médio alcance (Guerra, 2010, p. 538).*

O indie proporcionou novas divisões do mapa musical português. Centros menores também passavam a ter voz através da produção musical e cultural, aut centrada, independente ainda que não autossustentável. Com a proliferação de selos indie, foi ganhando força a ideia de que não era mais necessário estar em Lisboa ou no Porto para produzir música. Se a dependência econômica da capital era inevitável num primeiro momento (em questões como distribuição), seria possível, ainda assim, através dessas produções, existir à margem dela. Como diz Ogg, em relação ao Reino Unido: “Havia uma forte crença de que as bandas que vinham de fora de Londres não precisavam mais se mudar para lá para ter uma carreira” (Ogg, 2009, p. 353). As primeiras gravadoras indie portuguesas como Fundação Atlântica, Dansa do Som, Ama Romanta, Facadas na Noite, entre outras, tiveram o papel de fomentar e gerir novas movimentações a fim de tornar a música mais plural, mais democrática. No fim da década de 1980, localidades menores começavam a desenvolver sonoridades próprias e cenas musicais como Braga, Coimbra, Caldas da Rainha, entre outras, em processos iniciais de descentralização. Diante disso, propomos enxergar, distinguir e analisar como essa democratização musical se deu em um país com características tão díspares dos “grandes centros produtores do

---

<sup>11</sup> Para mais ver <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/15-fev-2020/salazar-o-ditador-11821147.html>. Acessado em 30/08/2021.

indie”<sup>12</sup>: 1) mercado periférico; 2) recém-saído de uma das ditaduras mais longas da história recente do mundo; 3) de curta extensão territorial; 4) número reduzido de consumidores o que fazia (e ainda faz) as majors locais investirem menos em apostas e mais em artistas com mais possibilidades de retorno; 5) falta de infraestrutura para a prática musical.

É importante destacar que a inventividade proposta pelos selos indie nem sempre, ou quase nunca, caminhou com a sobrevivência financeira. Nas últimas quatro décadas, em todo o mundo, não foram poucos os exemplos falências, de perda de artistas e venda de gravadoras indie para majors. Com isso, e desde o fim dos anos 1990, gravadoras indie vêm adaptando seus *modi operandi* em prol de uma existência mais sustentável, sem renunciar aos princípios que “regem” o gênero. Assim, os últimos anos têm mostrado que o convívio entre majors e indies se dá num terreno muito mais “amigável” do que no passado. Já conseguem manter acordos com grandes gravadoras sem serem acusadas de “se venderem” para o *mainstream*. Neste sentido, são diversos os exemplos de selos que se reergueram ou foram criados no fim da década de 1980 ou nos anos 1990, já com posturas mais profissionais e que permanecem em funcionamento como, por exemplo, os britânicos Rough Trade (que chegou a ser vendido, mas recuperado pelo seu fundador, Geoff Travis, anos depois), Cherry Red, ou os estadunidenses Matador Records, e SubPop (essas duas com acordos com majors). Todas essas gravadoras precisaram enxergar o mercado de maneiras mais profissionais para um futuro mais viável e menos incerto.

O que não significa que deixaram de ser vetores de contestação ao status quo da indústria musical. Para De Nora (2003), a diversidade na música pop se dá devido a competição entre pequenas e grandes empresas do ramo, intimamente conectada com as formas de produção desta música. Somente com a difusão destes mercados é que é possível democratizar o acesso e a distribuição da música.

Nestes processos de profissionalização, um dos pontos que diferem às gravadoras indie das majors são os *managers* – ou simplesmente gestores - destes selos. São *gatekeepers* (Crane, 1992), *mavericks* (King, 2012b), “notáveis” (Guerra, 2010). Inovadores, figuras imprescindíveis para a democratização de atividades culturais em seus territórios. São elementos de humanização da produção musical e que se refletem em selos. São responsáveis diretos pela apresentação de novos

---

<sup>12</sup> Notadamente o Reino Unido e os Estados Unidos.

estilos e gêneros para outros indivíduos, repartem informação, ajudam a criar e fomentar cenas transformando consumidores em produtores e vice-versa. Estes notáveis são impulsionadores da crença que é possível existir um mercado mais justo em que diversas formas de música sejam acessíveis e não só as impostas pelo *mainstream* e a indústria fonográfica. Em Portugal, mesmo aqueles assumidamente com vieses mais conservadores, como Pedro Ayres Magalhães<sup>13</sup> e Miguel Esteves Cardoso<sup>14</sup>, da Fundação Atlântica, estimular atividades criativas e livres e a expansão das fronteiras musicais. São formadores de opinião (Guerra, 2010, 2013) que adquirem capital simbólico ao serem reconhecidos pelo poder de prescrição musical. Tornam-se mediadores de gosto, referência de conhecimento acerca da música e pela divulgação de novidades, “caçadores de talentos” (Frith, 1996). Em mercados periféricos, como Portugal, agem como desbravadores de novos mundos apresentando gêneros, artistas e bandas e servem de “guia” para que outros prescritores fomentem cenas em diversas localidades.

Esses *mavericks*, ou como também chamaremos mais a frente, prescritores, são, como diz Guerra (2013), propagadores, educadores, polinizadores culturais, fomentando e/ou movimentando cenas. Têm papéis determinantes nos processos de disseminação e de fundamentação da música em suas localidades. Assim como Watts-Russel dizia que a 4AD era um instrumento para dar voz e vazão à bandas (Aston, 2013), Elsa Pires, idealizadora da lisboeta Bee Keeper, queria que o selo fosse, além de tudo, um veículo de expressão de uma nova música em Portugal (M. Lopes, 2020).

Este cenário de democratização gera descentralização (Hesmondhalgh, 1996). Esta começa nos meios de produção e passa pela formas de se relacionar com os territórios, tão importante quando falamos de países com mercados fonográficos reduzidos como Portugal. A descentralização é necessária para a “não padronização” e para possibilidades de se destacar dos grandes centros e a busca pela sustentabilidade. Nestes casos, o indie reconfigura influências externas e as retrabalha internamente transformando-se em um meio original de expressão mesclando-se às características do local que ganham importância fundamental. O resultado desse processo torna-se “marca” identitária musical do lugar. Se o fonograma é a música em que o fã leva consigo e compartilha momentos, o

---

<sup>13</sup> Pedro Ayres Magalhães foi um dos fundadores da banda Heróis do Mar, acusada de simpatia ao fascismo, e mais tarde do Madredeus. Mais em <https://arquivos.rtp.pt/conteudos/pedro-ayres-de-magalhaes-parte-i/>. Acessado em 21/09/2021.

<sup>14</sup> Miguel Esteves Cardoso, ou MEC, como é conhecido no meio da Comunicação Social portuguesa chegou a ser candidato a deputado ao Parlamento Europeu em 1987 pelo Partido Popular Monárquico. Viveu em Manchester nos anos 1970 e teve relações de amizade com Tony Wilson, da Factory (Paula Guerra, 2010).

local é onde a prática e/ou audição musical o leva a interagir com outros indivíduos, estabelecer relações de amizade, onde ideias surgem, projetos são criados e artistas são descobertos.

Obviamente o que Hesmondalgh mencionada abaixo trata-se de uma situação ideal, dificilmente encontrada, porém, dá a medida da importância das gravadoras indie em processos de democratização e de descentralização não só da cultura, mas dos meios de produção e dos métodos de trabalho.

*Uma indústria, setor, organização ou empresa é democratizada onde: a participação e o acesso aos participantes são ampliados; uma maior diversidade de forma e conteúdo emerge dessa participação; os textos produzidos e divulgados estimulam a participação aventureira e crítica dos consumidores; os produtores são mais propensos a agir de forma colaborativa e cooperativa do que competitivamente e em circunstâncias de controle hierárquico; há uma maior igualdade de recompensa, oportunidade e condições para profissionais criativos; e os recursos e talentos são distribuídos de forma mais ampla e relativamente uniforme no espaço geográfico (Hesmondalgh, 1996, pp. 20-21).*

Segundo Frith, a música proporciona uma vivência concreta do que poderia representar o ideal (Vila, 2012, p. 261). O indie pelos seus processos capacita indivíduos para práticas de democratização dos meios de produção tornando essa experiência do “ideal” mais vívida através da música e das relações. O gosto pela música é também aplicado através atividade comunitária em prol dela. E, para além disso, o gosto e a sua partilha moldam identidades próprias e de grupo, criando diferentes formas de expressão em novos estilos, expandindo a experimentação e a criatividade.

Aqui, vamos ao encontro do que pode ser um paradoxo no que se refere ao aspecto democrático do indie e sua chamada “elitização” muito destacada principalmente no seu começo. Por ser um gênero que luta contra a uniformização, ao *popularesco*, ao *comum*, o indie, a música feita por essas bandas e artistas e divulgada pelas respectivas gravadoras era tratado como “joias” pelos fãs. Caso fossem “descobertas” pelo grande público perderiam valor e passariam a ser simples *commodities*, produtos como os veiculados pelas majors. Isso ocorre porque, no conhecimento geral, aquilo que é massificado perde seu valor. No caso da música, a “coisificação” desta por parte das grandes gravadoras se mostra como uma grande oferta das mesmas peças. O mais do mesmo. Sustenta-se que a audiência em geral busca na obra de arte uma forma de entretenimento, ao passo que o especialista a examina com respeito. Para a maioria, a obra de arte seria um meio de diversão, enquanto para o entendido, constituiria um objeto de devoção, conforme descrito por Benjamin (1987, p. 197). Já Byrne diz que “[o] capitalismo tende a criar consumidores passivos, e em vários sentidos, essa tendência é contraproducente” (Byrne, 2014, p. 266).

Porém, como “algo” pode ser instrumento de democratização se não é popular? Exatamente pelo seu caráter inclusivo. Por permitir que o leque de opções musicais seja mais amplo. Que artistas que não teriam chance no grande mercado fonográfico possam ser ouvidos, ao menos nos seus nichos. Em “troca” recebem afeto e fãs fiéis, inserem-se em comunidades em torno da música. O grande pilar é de disseminar o acesso à música, seja através da prática, ou capacitando locais, combatendo a precariedade e fazendo com que artistas e bandas possam se expressar e/ou dando a oportunidade desses autores de divulgarem sua música na forma de fonogramas (físicos ou virtuais). A gravadora indie está nas “duas pontas” do processo, fomentando cenas e divulgando novos nomes. Hoje, já se assume que o indie pode – e precisa – ser popular. Tanto pelas formas de distribuição e de divulgação como pelas propostas inclusivas de alargamento do conhecimento, tornando o gênero mais conhecido, menos marginal e mais sustentável.

Portanto, aqui falamos 1) do acesso à produção e à distribuição musical, um ambiente em que todos possam criar, gravar, veicular música sem a necessidade do crivo de uma grande empresa; 2) do fomento das chamadas cenas musicais, comunidades onde se geram movimentações artísticas, carreiras, amizades, trocas e a própria economia em torno da música; 3) da criação de identidades por meio da música, da descoberta de novas formas de expressão por indivíduos que pela arte se veem representados e descobrem afinidades; 4) de um novo parâmetro para as gravadoras indie do século XXI, revendo práticas, assumindo estratégias e táticas mais profissionais e, assim, podendo disseminar a música que produzem para um público mais amplo; 5) e, ao mesmo tempo, reforçando a proximidade e a relação com o território.

Democratizar um gênero musical não necessariamente significa somente torná-lo visível no sentido de sucesso comercial. A questão passa pela descentralização tanto da produção quanto da prática e audição musical. Atingir cada vez mais pessoas mantendo o *ethos* que permeia o indie desde a sua “criação” é o que faz dele um campo de inovação artística. A democratização também passa pelas inovações a respeito da distribuição que é central para entender e desmistificar a circulação de poder dentro da indústria musical (Hesmondalgh 1996).

## **1.2 INDIE, PÓS-MODERNIDADE E GLOBALIZAÇÃO**

Mas, para que possamos entender como se deu essa mobilização, essa consciência de grupo, de que era necessário juntar forças e *coletivizar* o trabalho artístico, é preciso analisar o contexto histórico em que o indie se desenvolve, a pós-modernidade. Não se pretende aqui discutir com

profundidade a pós-modernidade. Não é do escopo dessa pesquisa. Mas sim, levantar as principais características do período refletidas nos cotidianos de indivíduos, nichos e, conseqüentemente, de sociedades inteiras.

De início, com a pós-modernidade houve uma “divisão” das grandes sociedades das grandes cidades, ou megalópoles em grupos e no “recolhimento” dos indivíduos dentro desses grupos (Maffesoli, 1998). Neles, havia atores que seriam reconhecidos como *peessoas* com maior capacidade de decisão, de consciência e de afetos. Logo, estes grupos seriam “células pensantes” formados por sujeitos com maior controle sobre o dia a dia renegando o “individualismo da modernidade” (Maffesoli, 1998). Nesse sentido, podemos dizer que o indie é um fenômeno pós-moderno. “A passagem do “eu” ao “nós” é, com certeza, o que se pode qualificar, metaforicamente, de processo alquímico através do qual se constitui a pós-modernidade” (Maffesoli, 2014, pos. 3254<sup>15</sup>). Frederic Jameson argumenta que na era moderna, o indivíduo era centralizado ou unificado, apesar de vivenciar a alienação. No entanto, na era pós-moderna, o eu tornou-se descentralizado e fragmentado (Docker, 1997, p.122). Com o predomínio da reprodução mecânica, as emoções eram agora consideradas “flutuantes e impessoais”, e uma crescente “escassez de estilo individual”.

*Característica da socialidade: a pessoa (persona) representa papéis, tanto dentro de sua atividade profissional quanto no seio das diversas tribos de que participa. Mudando o seu figurino, ela vai, de acordo com seus gostos (sexuais, culturais, religiosos, amicais) assumir o seu lugar, a cada dia, nas diversas peças do theatrum mundi (Maffesoli, 1998, p. 107).*

Conforme Shuker, o pós-modernismo busca obscurecer, se não dissolver completamente, as distinções e fronteiras convencionais entre o estético e o comercial, entre a arte e o mercado, e entre a alta e a baixa cultura (1998, p. 229), além do colapso das distinções tradicionais entre arte e comercial, o estético e o inestético, e o autêntico e o inautêntico. Já Jameson oferece fornece uma descrição mais ampla do pós-modernismo como uma manifestação cultural de uma nova era do capitalismo envolvendo tecnologias de comunicação que permitem o rápido movimento do capital global, o surgimento de novas potências econômicas como o Japão, o rompimento com divisões tradicionais de trabalho/capital e um capitalismo baseado no consumidor que comercializa estética, representações visuais e preferências tanto quanto mercadorias tangíveis (Shuker, 1998, p. 229). Andrade analisa a disseminação do conceito de “pós-modernismo” enquanto “expressão

---

<sup>15</sup> Como serão citados trechos provenientes de leituras vindas do Kindle

genericamente designativa de uma crescente ruptura das composições tradicionais de classe, das dicotomias simplificadas entre “alta cultura” e “baixa cultura” e da diferenciação entre “trabalho” e “lazer” (Andrade, 2023, p. 28).

Os indivíduos se distinguem enquanto sujeitos criadores em coletividades que lhes conferem identidades plurais e “abertas para o outro” (Maffesoli, 2014, pos. 2101). É a troca do contrato social pelo pacto societal, pelo desejo de proximidade (Maffesoli, 2014). Os atores desejam estar-juntos, dividir afetos e gostos através de experiências originais e partilhadas.

Nessas coletividades encontramos essa “cola”, um elemento em comum à música que incorre em afeto, componente vital para as coletividades pós-modernas. É o afeto que faz do particular, coletivo. Retira indivíduos do racional do dia a dia, da formalidade do cotidiano e os leva para um universo em que o emocional e o entretenimento têm força e importância. O que vale é o agora, o imediato, a experimentação. A conexão entre os atores torna-se sólida, ainda que participem de outras comunidades, sejam fluidos.

*É interessante ver que o cimento (ethos) de toda vida em comum se elabora a partir do jogo das paixões. O emocional, cuja importância não se pode mais negar, ou o afetual, por mais evanescente que seja, constituem o suporte arquetipal do que se vai exprimir nas atrações, nas repulsas, nas apetências ou nos desgostos que caracterizam, cada vez mais, a teatralidade social, política, até econômica (Maffesoli, 2014, pos. 702).*

Os valores que a música indie dissemina são gerados pelo que a envolve: o modo de produção, sentimentos de coletividade, a contestação etc. Esse conjunto de práticas e conexões dão significados e comunidades se fomentam e se fortalecem a partir do imaginário criado a partir delas (Beividas & Farias, 2006). Assim como, a possibilidade de indivíduos de se encaixarem em grupos, ou nichos que possam aceitar esse sujeito como um ser criador e/ou potencializador de cultura.

Essas ligações se dão por uma “faísca” inicial, geralmente acesa por “notáveis”, e que se transforma em efervescência, que pode ser passageira, mas com potencial de ficar marcada como cena ou símbolo cultural daquele lugar. Contudo, conforme Durkheim já nos alertava, a agitação é um indicativo mais confiável daquilo que é prospectivo, daquilo que está destinado a permanecer, possivelmente até mesmo a se institucionalizar (Maffesoli, 1998, p. 51). Espaços são criados ou reformatados dentro de cidades. Ilhas de pulsão musical onde se dão ebulições culturais e os participantes têm a possibilidade de fuga do tédio, estabelecer novas amizades, iniciar projetos

musicais e/ou montar projetos para captar, potencializar e disseminar essa produção musical. São representações do “divino social” (Maffesoli, 1998).

Afetos dentro dessas comunidades além das relações citadas acima, criam também identidades nas quais esses participantes se baseiam para se distanciarem do cotidiano que vivem. É o desejo de ser aceito e de se verem representados numa tentativa de descolamento do dia a dia. O indivíduo da pós-modernidade descobre que pode não mais viver como ser isolado, mas em comunidades que representem algo pelo qual ele tenha afeto, como um determinado gênero musical. No contexto desse fenômeno, emerge o que Maffesoli denomina de “alma coletiva”. Em momentos de interação social, ocorre a formação de uma entidade conjunta na qual atitudes, identidades e individualidades se mesclam. No entanto, essa dinâmica não impede que essa entidade efervescente seja um espaço propício para a reapropriação individual. De acordo com Maffesoli, cada indivíduo contribui para essa entidade global chamada de “nós”. Em resumo, é possível afirmar que o indivíduo desempenha uma função, enquanto a pessoa tem um papel específico, (1998, p. 93).

Agrupamentos regidos pelo afeto e pelo gosto constroem o cenário para que sejam estabelecidas cenas musicais, agrupamentos em que a arte se torna o motor e ao mesmo tempo proteção contra as imposições da indústria cultural. Uma saída para sujeitos criarem e desenvolverem outros gostos e aptidões musicais. No contexto abordado por Janotti Júnior a partir de Laurence Grossberg, o termo “afetar” é utilizado para descrever a intensidade e extensão da energia direcionada a lugares específicos, objetos, indivíduos, significados e outras entidades. É o ponto de referência no qual nos ancoramos e navegamos no mundo, mas não de maneira individualista e desorganizada; tampouco se trata apenas da manifestação de energia psíquica fluindo através das estruturas sociais de poder. Segundo Grossberg, o afeto

*é articulado e estruturado de maneira complexa, produzindo configurações não só de prazer e desejo (através de narrativas econômicas), mas também de volição (ou de vontade), de disposições e paixões. Estas descrevendo a organização do que realmente importa. As paixões apontam para o fato de que as pessoas experimentam coisas, vivem diferentes identidades, práticas, relações, em diferentes níveis e de diferentes modos (Grossberg, 1997, p.111).*

Através do gosto e do afeto, o indie tem a capacidade de gerar em territórios distintos tipos de comprometimentos similares em relação à música, mesclados a particularidades e sonoridades particulares, interligadas de forma abstrata por meio de preferências compartilhadas, como observado por Kruse (1993, p. 34). A autora ainda afirma que referências musicais tendem, a um certo ponto, a

se manterem “estáveis” entre comunidades musicais. Fazem emergir novas formas de práticas e experiências musicais a partir de novos padrões locais, da pluralidade que ajudam a construir identidades diversas. Essa identificação pode ocorrer mais de uma vez na vida de um indivíduo e não acontecer em todos. Quando construída contém signos que podem ser rearticulados para a criação de novos significados gerando sentimentos de pertença e, ao mesmo tempo, de diferenciação com o mundo “exterior” (Kruse, 1993, p. 34).

Goffmann (1959) diz que os indivíduos começam, por intermédio de uma “experiência prática” a gerenciar seus papéis dentro da sociedade, com base na negociação com outros agentes. Com isso, surgem no cotidiano espaços mais abertos à *subversão* de valores pré-estabelecidos e à experimentação (Bennett, 2005). Goffmann prolonga o pensamento de toda uma série de teóricos do fim do século XIX e junta-se a todos aqueles que, no início do século XX, enxergavam o cotidiano como algo mais complexo, formado por indivíduos que não fazem parte de esferas “homogêneas”, com ideias e visões de vida diversas. O cotidiano “passava” a ser mais plural. Nestas transformações, destaca-se, nas últimas décadas, a ruptura com padrões modernistas de identidade, o surgimento e crescimento de uma comunicação mais midiática e cultural com a introdução de novos padrões de consumo e a valorização do lazer (Bennett, 2005). Este proporciona contatos, troca de experiências e florescem novas formas de enxergar a vida fora da rotina automatizada do trabalho e do cotidiano. Como afirmado por Bennett, na origem dessa mudança na vida cotidiana, argumenta-se, existem vários fatores inter-relacionados.

*Primeiro, a ruptura da modernidade e a conseqüente diminuição da importância das concepções modernistas de identidade, baseadas em classe, gênero, raça e ocupação. Segundo a crescente prevalência de mídia e indústrias culturais que, argumenta-se, tiveram um papel significativo na sugestão de novas formas de identidade social baseadas em padrões de consumo e lazer (Bennett, 2005, p. 3).*

Sujeitos demandam mais poder sobre si mesmos e o raciocínio científico que impera no capitalismo tardio perde espaço em algumas camadas da sociedade, notoriamente nas ditas mais criativas. Há uma reavaliação dos produtos da indústria de massa que passam a ser rejeitados em prol do investimento em outros objetos e atividades com maior valor cultural e afetivo para estes indivíduos. As atividades cotidianas, tanto artísticas quanto comportamentais, ganham valores e significados em busca de identidade, familiaridade, contestação e distinção (Bennett, 2005).

Para Bennett, o objetivo do pós-modernismo era desafiar o projeto ideológico da modernidade e deslocar os indivíduos para uma posição descentralizada, onde eles tinham a liberdade de escolher

entre uma infinidade de imagens, textos e mercadorias, cujo significado era fluido e em constante mudança. A era pós-moderna é aquela em que os discursos dominantes foram substituídos por um jogo contínuo de discursos múltiplos e conflitantes (Bennett, 2005, p. 30).

A contracultura, surgida nos anos 1960, do ideal *hippie*, insurgiu jovens em todo o mundo na luta contra o capitalismo e o imperialismo. O “inimigo”, como afirma Roszak (1969), agora estava *dentro de casa*: jovens que se rebelavam contra o sistema que, muitas vezes, era representado pelas próprias famílias. “A burguesia, em vez de descobrir o inimigo de classe em suas fábricas, encontra-o do outro lado da mesa do café na pessoa de seus próprios e paparicados filhos” (Roszak, 1969). O indie agrega preceitos tanto o *punk rock* quanto desta contracultura da revolução “de dentro para fora” e nos movimentos libertários da década de 1960. De acordo com Gomes (2013), o campo de estudo das culturas juvenis e sua relação com a identidade dos jovens tem sido influenciado por uma longa tradição da teoria subcultural da escola de Birmingham e por análises críticas subsequentes dos estudos pós-subculturais. Em resumo, o debate envolve duas abordagens analíticas: uma associa a subcultura à classe social e outros fatores de desigualdade, enquanto a outra abordagem crítica de forma contundente a definição essencialista de subcultura, destacando, em vez disso, a fragmentação e a fluidez das referências culturais que contribuem diretamente para a plasticidade das identidades juvenis.

Dentro de uma perspectiva teórica subcultural, o conceito de underground pode ser interpretado como uma expressão espetacularizada da resistência juvenil em relação à sua própria condição social (Gomes, 2013). A prática de produção musical independente (juntamente com o estilo e formas de autorrepresentação, bem como outras formas de apropriação e recontextualização da cultura midiática juvenil) seria considerada como uma maneira simbólica de resolver as contradições estruturais que afetam certos segmentos jovens, especialmente aqueles provenientes da classe trabalhadora. A essência do underground é permeada por uma forte ideologia que motiva a prática musical, caracterizada por uma contestação política mais ou menos consciente (Gomes, 2013, p. 24).

Conforme a análise de Hebdige (2018), em sociedades altamente complexas como as atuais, que operam por meio de um intrincado sistema de divisão e especialização do trabalho, surge a questão crucial de quais ideologias singulares, representativas dos interesses de determinados grupos e classes, ganham predominância em momentos e situações específicas. Para abordar essa questão, é necessário examinar minuciosamente como o poder é distribuído nessas sociedades. Em outras

palavras, é preciso compreender quais grupos e classes desempenham um papel ativo na definição, organização e classificação do mundo social.

Ainda segundo o autor, torna-se evidente que o acesso aos meios pelos quais as ideias são disseminadas, principalmente os meios de comunicação, não é uniforme para todas as classes. Alguns grupos têm uma participação mais significativa e possuem maior capacidade para estabelecer as regras e moldar significados, enquanto outros grupos menos favorecidos possuem menos poder para produzir e impor suas próprias definições de mundo à sociedade em geral.

A pós-modernidade, ou como diz Bauman, a “revolução pós-moderna”, surge “numa noite de outono na década de 1980<sup>16</sup>”. Com ela, o indivíduo, ou sujeito, mais fragmentado, plural, autônomo e capaz de fazer escolhas transversais, múltiplas e heterogêneas. As identidades são percebidas como multifacetadas, fragmentadas e paradoxais, baseadas na heterogeneidade, diferença, contradição, indeterminação (Docker 1997). A narrativa sai, segundo Connor, das grandes perspectivas e se divide em micropanoramas (Bennett, 2005, p. 32). O racional e o puramente científico dão espaço ao afeto, ao “estar junto”, a um novo tipo de consumo, que ajuda inclusive, a reformatar nosso senso de lugar (Frith et al., 2011). O pós-modernismo é instável, é a representação do eu em identidades fragmentadas, tornando o indivíduo mais múltiplo e dono do seu destino, ou pelo menos, com a possibilidade de escolha de qual identidade quer para si. Desemboca das transformações sociais e culturais pelas quais o mundo vem passando desde o fim da segunda grande guerra (Bennett, 2005) em que a pluralidade de discursos e técnicas ganha espaço. A concepção de pós-modernidade de Lyotard enfatiza a busca da dissidência e o reconhecimento da heterogeneidade. Ele percebe os jogos de linguagem como uma disputa, uma luta onde múltiplos argumentos são apresentados sem necessariamente chegar a um acordo. Nesse contexto, a linguagem é vista como uma forma de performance, caracterizada por justas, pontos e duelos (Docker, 1997, p. 109).

*Traduzido para o rock, a oposição entre modernismo e pós-modernismo se assemelhava muito com a diferença entre a vanguarda pós-punk de grupos como o PiL, The Pop Group et al. (todos lutando arduamente por inovação) e a abordagem retro eclética compartilhada pela 2-Tone, Postcard e Adam Ant (vasculhando os arquivos, misturando e combinando elementos sônicos e culturais). Como sensibilidade, o pós-modernismo também corroe as certezas e pressupostos de um*

---

<sup>16</sup> Em <https://www.youtube.com/watch?v=aCdUuQycl6Q> Acessado em 26/10/2020.

*certo tipo de “pensamento do rock”: oposições binárias como profundidade versus superfície e autenticidade versus falso (Reynolds, 2005, p. 376)*

A cultura não seria mais vista, então, como homogênea, ou “de cima para baixo”. Torna-se um conceito muito mais diverso e fragmentado. O conceito de sincretismo, destacado por Jean-Martin Rabot, compreende bem a perda de referências absolutas, quer a nível científico ou artístico. Por outras palavras, traduz a relativização dos padrões culturais da elite pelo povo, e da razão pela paixão. O autor destaca que o fenômeno sincrético adquiriu um renovado vigor sob a égide da pós-modernidade, transcendendo assim sua mera manifestação no âmbito da música, arquitetura e estilos de vida hippies, nos quais o ecletismo se fazia presente.

*Se tomarmos o exemplo da música, em particular do metal extremo, verificamos que muitas bandas partilham uma paixão religiosa por Satanás. Esta exprime-se naquilo a que N. Walzer chama ‘um visual satânico’, se bem que se pode tratar também de um argumento de venda promovido por empresas de produção musical e um esquema montado para fins comerciais. Foi o caso da banda britânica Black Sabbath, que surgiu na década de 1970 e que exerceu uma influência considerável nas gerações mais jovens através das suas práticas ocultistas negras e de visuais que combinavam signos cabalísticos com crucifixos e figuras demoníacas com representações divinas. É nitidamente da ordem do dialógico entre a luz e a sombra (Rabot, 2017, p. 187).*

Assim, na pós-modernidade, as identidades tornam-se mais ricas. Os indivíduos têm diferentes pontos de referência que se mesclam com as características locais, auxiliados pelo alcance de diferentes mídias. Jean-Martin Rabot assevera precisamente que são os próprios meios de comunicação, os discursos que estes produzem e as imagens que veiculam, que contribuem para o desmoronamento do individualismo e a crescente variabilidade das identidades coletivas:

*Os meios de comunicação modernos constituem precisamente o cadinho a partir do qual os grupos se formam, se consolidam e se separam mutuamente: grupos com estilos diferentes e variáveis; grupos efêmeros ou duradouros; grupos que nos fazem pensar na horda de Fourier, no clã e na estrutura totêmica de Durkheim, nas tribos referidas por M. Maffesoli e que se declinam em tribos desportivas, musicais e até políticas ou académicas, de acordo com o esquema da atração e da repulsão. Temos que reconhecer que as afinidades eletivas são também afinidades seletivas (Rabot, 2007, p. 29)*

Como ainda diz Pais (2022), as novas formas de capital cultural em ascensão estão vinculadas a estratégias inovadoras de diferenciação cultural que envolvem a ampliação dos critérios estéticos para valorizar a cultura. Essas estratégias estão fundamentadas em tendências, estilos e expressões artísticas emergentes, em contextos cosmopolitas e caracterizados por interações culturais intensas.

*Tudo isto leva a robustecer a ideia de que a cultura não é apenas boa para pensar ou consumir, é um universo aberto à participação, incluindo a produção artística amadora, frequentemente expressão de culturas subalternizadas. (...) Neste cenário, as práticas culturais deixam de ser inscrever meramente no domínio da recepção cultural para passarem a conjugar recepção com criatividade artística (J. M. Pais, 2022, p. 339–340)*

O ator social se torna descentralizado e um reflexo “das imagens descontextualizadas e objetos que caracterizam a pós-modernidade” (Bennett, 2005, p. 5). Desse modo, os territórios são também cada vez mais plurais e em contínuos processos de redefinição, *deslocalização* e hibridização cultural (Bennett, 2005).

Neste contexto, a globalização faz com que características locais se mesquem a informações vindas do exterior formando novas identidades. Age na troca de experiências entre as diferentes comunidades, cenas ou *music worlds*. Ou somente, por exemplo, na adaptação de novos moradores em diferentes lugares carregando bagagens culturais singulares.

*As tentativas dessas populações diaspóricas de se ajustar às novas circunstâncias cotidianas, muitas vezes em cidades e locais muito diferentes dos seus, deram origem à formação de novas expressões de identidade étnica que se baseiam seletivamente em aspectos da tradição, religião e ideologia política, combinando estes com elementos culturais retirados de seu novo ambiente (Bennett, 2005, p. 42).*

O indie é uma forma global de cultura (Bennett & Guerra, 2021, p. 17) e gravadoras indie são instrumentos contra o que consideram ser a força hegemônica e uniformizadora do universo musical. Identificam-se com congêneres pelo mundo ajudando a criar cenas “transglobais” que fazem surgir associações, cooperações e troca de informações (Bowsher, 2015). A globalização, ao invés de invocar um mundo homogêneo, fez despertar a consciência para a diversidade do local, a necessidade deste se expressar, da familiarização (e da distinção) de culturas com as particularidades de outras pelo planeta (Janotti Júnior, 2004). Conforme destacado por Bennett, o local adquire importância ao transcender sua delimitação geográfica, tornando-se um “símbolo ainda mais influente para a construção da identidade” (2005, p. 69).

A globalização é sentida de diferentes maneiras em diferentes partes do mundo. É um processo com desdobramentos e consequências estéticas diversos que dependem da forma como é absorvida. Num exemplo dado por Bennett acerca da política de adaptação que a cadeia de *fast food* McDonald’s teve pelo mundo, observou-se que foi preciso um ajustamento do cardápio às preferências dos paladares locais, o que similarmente acontece com a música (Bennett, 2005). Bennett atenta para

o que Roland Robertson chama de processo de *glocalização*. Um híbrido de tendências homogeneizadoras e heterogeneizadoras em que “aspectos da cultura local residual (...) se entrelaçam perfeitamente com novas formas culturais globais” (Bennett, 2005, p. 66).

Portando, global e local podem ser, na visão de McKay (1998), dois lados da mesma moeda. Enquanto grandes empresas se expandem, perdendo o contato com a localidade e os anseios desta, os indivíduos ganham espaço para desenvolverem culturas próprias baseadas na informação que recebem em um mundo cada vez mais conectado. Ou, como afirma Maffesoli, a cultura demonstra habilidade em harmonizar-se com tudo que provém do ambiente externo, sem perder sua essência intrínseca (1998, p. 146-147). O global funciona como uma ferramenta de reconhecimento do local, é o “todo” que dá à “parte” a base para seu desenvolvimento em seus próprios termos. Conecta agrupamentos urbanos com o mundo e vice-versa. É no local que o global se intersecta com as características regionais configurando novas formas de cultura. O ato de produzir é uma representação do potencial que indivíduos possuem para transformar o consumo de produtos culturais em novos significados (Bennett, 2005, p. 56). A globalização, marca de era pós-moderna, destaca as diferenças, valorizando o local em relação à padronização, a estandardização.

A globalização não suprime as diferenças, mas as reproduz, reestrutura e as amplifica. É um processo complexo que envolve a revelação e a anulação simultânea das diferenças, a diferenciação e a homogeneização, assim como a democratização e a hegemonização cultural (Guerra, 2010, p. 193). Emerge a partir do contínuo avanço das tecnologias de comunicação e informação, facilitando a conexão entre pessoas de diferentes partes do mundo. Nas palavras de Moisés de Lemos Martins (2014, p. 23), é o que ele denomina, em referência a Simmel, como o “rei clandestino da nossa época”, contribuindo para a formação, ou ampliação, de “indivíduos itinerantes, prontos para ação, competitivos e altamente eficazes” (Martins, 2014, p. 24).

Tanto a globalização quanto a internet não cessaram com as identidades e produção musical locais. Pelo contrário, servem de ferramenta para que se firmem num contexto pulverizado ao darem “formas” diferentes a influências e referências externas, que com o ambiente online tornou-se uma grande vitrine para sons regionais (Kruse, 2010). No contexto da nossa pesquisa, ou seja, as gravadoras indie portuguesas e os mundos que gravitam em torno delas, os processos de difusão internacional da música indie local, para além do óbvio motivo da expansão de mercado, têm também clara intenção de afirmar “portugalidades” em tempos globalizados. Servem para difundir a cultura musical portuguesa, mas não a tradicional, a do fado, por exemplo, mas mostrar para a Europa e para

o mundo que Portugal está “conectado” com a novidade e é “capaz” de fazer “música indie”, seja ela qual for.

Dessa forma, ao buscar promover a diversidade, esses selos não rejeitam a influência do elemento "gosto" que orienta essas iniciativas. Eles indicam um "confronto" entre uma globalização cosmopolita e um contexto de globalização multiculturalista, que abraça amplamente diversas culturas, incentivando e respeitando as multiplicidades. Esse formato de engajamento com a globalização, sob a ótica multiculturalista, encontra seu embasamento na fusão, nas reminiscências e nas heranças culturais (Martins, 2014). Esses coletivos expressam - ou aspiram - a heterogeneidade. No entanto, ao se distanciarem do que rotulam como “senso comum” no contexto da música e da cultura, ao oferecerem uma resposta político-cultural às carências de oportunidades (Martins, 2011a), não deixam de frequentemente enfrentar acusações de confinar-se em grupos que inadvertidamente reproduzem as estratégias operacionais das grandes corporações fonográficas.

Porém, não podemos deixar de destacar que, como toda teoria ou fundamento, há questões ou lacunas. O pós-modernismo sofreria do que alguns críticos chamam de “fluxo interminável de imagens e textos descontextualizados, cujo significado foi reduzido aos dos significantes flutuantes” (Bennett, 2005, p. 46). Ou seja, o pós-modernismo seria marcado pela ausência de ordem social, em excessos de espontaneidade.

Outros autores como Callinicos (Bennett, 2005) argumentam que os preceitos que marcaram o modernismo, como a desigualdade e a exploração do trabalho pelo capitalismo, continuam ainda presentes em todo o mundo e que somente classes mais abastadas poderiam usufruir das benesses da globalização e da descentralização do sujeito. O capitalismo teria sido apenas ampliado, no pós-modernismo, para os países do chamado Terceiro Mundo, a fim de cumprir desejos de consumo provocado por essa nova (des)ordem social. O capitalismo dito “tardio” se traduziria num deslocamento do trabalho pelo lazer e consumo. Essa realidade só serviria para o que Bourdieu chamou de “ocidentalizados com o tempo de lazer disponível e capital econômico” (como citado em Bennett, 2005, p. 48). Alguns teóricos se perguntam se não estaríamos vivendo apenas um momento de “modernidade reflexiva” ou “tardia” ao invés de uma revolução pós-moderna. (Bennett, 2005, p. 53).

Além do sujeito, o dia a dia torna-se também fragmentado, composto de significados absorvidos e reformatados de maneiras diversas e particulares. O filósofo francês Jean Baudrillard diz

que em uma sociedade pós-moderna as pessoas experimentam o dia a dia como uma sucessão de imagens e referências descontextualizadas, interconectando-se apenas entre si e não com uma concepção estável e objetiva da realidade. (Bennett, 2005, p. 37). A vida é um produto do indivíduo enquanto ser social, criador e consumidor de bens materiais e culturais. Segundo Featherstone os sujeitos pós-modernos demonstram suas singularidades e senso de estilo por meio da especificidade na seleção de bens, roupas, práticas, experiências, aparências e posturas corporais que apresentam coletivamente em um modo de vida (Bennett 2005, pp. 40-41). Identidades são fabricadas, construídas, a partir de gostos e de afetos. São mais subjetivas e têm mais investimento por parte dos sujeitos. A efemeridade continua como característica da sociedade de consumo da qual o “universo indie” quer se destacar.

Por meio dos seus processos, a música faz parte de movimentos sociais quando diferentes indivíduos se envolvem em torno dela das mais diversas maneiras (Becker, 1982; De Nora, 2003). O trabalho em conjunto para a produção da música em territórios é feita com base no engajamento e ganha valor simbólico pela dedicação dos seus intervenientes. A “cola”, o *ethos*, que une pessoas torna-se mais potente. Como destacado por Krueger, a música possui a habilidade de unir indivíduos de origens diversas, superar barreiras e reunir pessoas em apoio a uma variedade ampla de causas (2019, p. 307).

Devido à uma condição de poucos recursos em que geralmente se encontram, precisam ter a consciência de que seus papéis (mais de um, sejam eles pré-estabelecidos ou não) são vitais (nem sempre organizados) a fim de manter fluxos de trabalho ágeis, vanguardistas e pouco dispendiosos. Gravadoras indie são como “sociedades cooperativas” (Maffesoli, 2014), compostas por pessoas conectadas por “acordos” não escritos em que o afeto é o que as une e “em que as solidariedades se enraízam numa repartição que devolve todo seu sentido a todos os aspectos da natureza humana” (Maffesoli, 2014, pos. 1673).

Esse sentimento coletivo vem do que já abordamos sobre a multiplicidade do indivíduo na pós-modernidade (Item 1.2) de onde emerge a *necessidade* de estar junto e, importante, o fazer junto. A empatia, para usar um termo frequentemente colocado por Maffesoli (1998), está na “ordem do dia” nessas comunidades criadas em torno da música. O social “racionalizado” dá espaço a uma *socialidade* com uma preponderância para a identificação entre seus participantes (Maffesoli, 1998). Para Guerra, o fenômeno *underground*, em sua essência, representa a colaboração criativa coletiva expressando a estética do cotidiano em contextos culturais relacionados à juventude (2017b, p. 288).

Com isso, chega-se ao conceito de mundos da arte de Howard Becker: grupos de indivíduos cujas contribuições são indispensáveis para a produção das obras que esse domínio, e possivelmente outros, reconhecem como arte (1982, p. 34). A arte, enquanto ação coletiva é produtora de práticas, desenvolve o conhecimento e o compartilhamento de saber; levanta problemáticas e reflexões sobre a realidade de localidades e faz esses coletivos agirem em torno delas e para elas (Guerra, 2019b). Esta produção musical em grupo, em comunidade, investe a música de significados.

*É devido à cooperação entre estas pessoas que a obra de arte que observamos ou escutamos acontece e continua a existir. As marcas dessa cooperação encontram-se sempre presentes na obra. As formas de cooperação podem ser efêmeras, mas na maioria dos casos transformam-se em rotinas e dão origem a padrões de atividade coletiva dos quais podemos chamar de mundos da arte (Becker, 1982, p. 27).*

Se a arte é uma forma de “contar algo sobre a sociedade” (Becker, 2007) então o indie, enquanto arte, reflete nichos ou micro sociedades a partir dos seus modos de produção. O contexto em que é criado é determinante para o entendemos. Os mundos da arte são comunidades em constante mutação, coletividades que se adaptam às dificuldades e às mudanças percebidas no contexto musical e cultural em geral. Estes movimentos produzem e moldam formas particulares de arte (Crossley, 2015). Conforme abordado por Gomes (2013, p. 27), a prática musical amadora<sup>17</sup> configura-se como um “mundo social” específico, regido por convenções e esquemas de cooperação largamente informais. Mouillot destaca que princípios políticos e sociais da autossuficiência, aliados à autonomia da indústria musical empresarial e à partilha de recursos e trabalho coletivo, são elementos fundamentais que unem os artistas nestas empreitadas (2018, p. 345).

Para Becker (1982) o artista não é o centro do mundo da arte e sim a comunidade que o fomenta, o produz e o dissemina. Segundo o autor, o “dom” para a arte não é algo possuído pelo artista, mas a ser trabalhado em conjunto com sua coletividade. “[A] interação de todos os participantes produz um sentimento partilhado do valor daquilo que produzem coletivamente” (Becker, 1982, p. 57). Como vimos, há uma preponderância do “nós” ao “eu” ou “você”, em uma relação de sintonia (não livre de conflitos, porém) entre os participantes (Schutz, 1976). A arte, como diz Becker, necessita da cooperação e envolvimento de todos no processo e implica em uma subdivisão alargada das tarefas (Guerra, 2010; Becker, 1982). Sejam os diretamente envolvidos com a produção musical

---

<sup>17</sup> No sentido de “paixão, de “quem ama”.

ou aqueles que gravitam em torno dela, compondo a cena, como fãs, amigos, promoters, djs, artistas gráficos etc. Para Hesmondalgh:

*[a]s pessoas trabalham melhor onde há um grau mínimo de controle hierárquico e onde há altos níveis de igualdade de responsabilidade, oportunidade e recompensa. Um ideal é a colaboração com igualdade genuína. Isso nunca é alcançado na prática, em uma sociedade crivada de classes, gênero e divisões étnicas, mas quanto mais os momentos particulares se aproximam desse ideal, mais bem-sucedidos considero em termos de democratização, em igualdade de condições (Hesmondalgh, 1996, p. 16).*

As gravadoras indie são um “fio condutor” de um processo no qual os agentes têm (ou deveriam ter) igual importância. Estes mundos da arte visam apreender as interações entre artistas, fãs e demais atores, assim como outros de relevância como jornalistas ou críticos musicais. Um ambiente de viés cultural tende a se esvaír se não houver um suporte, um núcleo que dissemine e prescreva essa produção musical. Becker destaca a importância de reconhecer outros indivíduos igualmente cruciais para essa produção, permitindo uma construção gradual de uma visão mais completa da rede de cooperação que se estende em torno da obra considerada (1982, p. 54). As gravadoras indie se “cercam” de outros agentes como produtores, casas de shows, bares, lojas de discos, fanzines, rádios livres, etc., provendo conteúdo e gerando interações para que uma cena possa florescer<sup>18</sup>.

Mundos da arte significam também espaços de sociabilidades onde acontece a interação e de troca (Crossley, 2015, p. 29). São criados quando interesses em comum e convívios ganham forma. Além disso, geram o que Crossley (2015) chama de “bens internos” ou capital simbólico<sup>19</sup> (cf Bourdieu, 1993). Conforme Arthur Danto, os universos artísticos, incluindo o indie, se formam a partir da familiaridade e adesão compartilhadas dos seus membros a interpretações específicas da arte e da sua história. (Crossley, 2015, p. 30). Ou seja, um grupo em que é preciso *know how* (capital simbólico) para fazer parte. Assim, fica mais perceptível de se visualizar o porquê do indie ser visto num primeiro momento como um gênero elitista. Pois, mesmo atualmente com as fronteiras cada vez mais dissipadas entre as práticas *mainstream* e indie, ainda é preciso um entendimento “estético” para fazer parte. Não se quer ir ao encontro do que Adorno (2011) fala sobre “alta e baixa culturas”, mas o indie sempre foi visto como uma cultura de e para poucos devido ao capital simbólico necessário para

---

<sup>18</sup> Lojas de discos eram (e ainda são em certo grau) primordiais para o que Reynolds chama de “nó” em uma comunidade musical. Em cada cidade com uma cultura musical avultada, o autor destaca que geralmente existe um estabelecimento do tipo que serve para encontros e para a educação musical (2009).

<sup>19</sup> A propósito desta última afirmação, a profissionalização do indie, como será vista adiante, praticada com mais fluidez na última década por uma boa parte das novas gravadoras do gênero, procura fazer desses “bens” ou “valores” algo que também possam ser compartilhados com o grande público, como forma de sair de uma “marginalidade”, de ser um elemento de prescrição musical e de aumentar ganhos.

integrá-lo ou para entendê-lo. Logo, o que se vê, principalmente nas duas últimas décadas, é um trabalho de aproximar esse mundo de mais públicos, mais audiências, capacitando-as.

O trabalho em conjunto, o *do-it-together*, confere capital simbólico a este campo e reflete-se em reputação, prestígio e o status de serem produtores da “boa música”. Algo que vem sendo trabalhado pelos selos contemporâneos a fim de diminuir a distância para o grande público, ao tentar democratizar ainda mais o conhecimento musical para que esse tipo de produção esteja ao alcance de uma maior audiência. Com isso, observa-se que o indie, em sua forma *comunal* de existir, reforça - além da necessidade óbvia de sobrevivência - modos de consumo ativos, participativos, produz agentes pensantes, criativos e modificadores de ambientes.

*A colaboração numa rede que inclui associações culturais, distribuidoras, espaços para concertos, fanzines e imprensa de nicho, e promotoras resulta numa relação simbiótica e sinérgica entre vários agentes, onde verificamos o mesmo tipo de cooperação proposto por Becker no seu estudo aprofundado sobre os mundos artísticos* (Nunes, 2018, p. 34).

No caso dos selos indie, a base é a cooperação, o envolvimento que ganha ares de diletantismo, de pureza no trato com a música. Esse trabalho gera valores simbólicos e a obra é vista como única pois foi produzida por aquele artista ou banda, naquelas condições, naquele local por aquele grupo e distribuída por aquela gravadora. Estas redes oferecem recursos para a produção, disseminação e expressão destes trabalhos, uma vez que Guerra (2010) destaca que a interseção entre diferentes influências parece ser propícia para a criação de expressões culturais que são - ao mesmo tempo até - esteticamente inovadoras, provocadoras do ponto de vista ideológico.

Diane Crane (1992) discorre como essas *small cultural organizations* são porosas à inovação, seja tanto em termos musicais quanto estéticos e procedimentais. São sensíveis às suas audiências e mais permeáveis às novas tecnologias. Elas combinam, segundo a autora, a necessidade preencher lacunas de gostos pessoais democratizando estilos musicais, dinamizando valores alternativos ao *mainstream* com a promoção de sociabilidades em torno de um novo - ou de novos - tipo(s) de (fazer) música. Desse modo, não é possível entender o papel desses agentes culturais contemporaneidade sem a análise das organizações que produzem e disseminam (Crane, 1992, p. 4).

Os conceitos de mundos da arte e a noção de campos de Bourdieu (1993) se complementam para dar um panorama macro daquilo que entendemos ser uma figura mais nítida do indie enquanto

prática artística comunitária. O cuidado aqui é para não confundir os discursos de ambos os autores, retirando de cada os aspectos necessários para um entendimento conciso do ofício de um selo indie.

Na concepção de Bourdieu (1993), campos são estruturas em que há a possibilidade de conflitos entre seus participantes. São compostos de processos simbólicos e de significados, enquanto nos mundos das artes, Becker atenta a perspectivas mais objetivas e operacionais do ambiente artístico, isto é, aos processos mais “mecânicos”. Falaremos de campos mais a frente.

Para Becker, a arte é um trabalho em conjunto e composto de etapas para serem cumpridas por seus participantes. A base da visão de Becker sobre o trabalho artístico é organizacional, a partir das relações e redes de cooperação que se formam em torno desta atividade. Todas as etapas de uma tarefa que desencadeia uma obra de arte exigem, na visão de Becker, o viés comunitário, procedimentos e planejamentos. A produção musical é uma atividade coletiva que confere significado às criações, representando um universo artístico na perspectiva de Becker e um domínio social conforme a abordagem de Bourdieu (Guerra 2010). Segundo Guerra, através de uma perspectiva *durkheimiana*, podemos perceber que esses processos envolvem rituais e vivências coletivas que são inerentes, os quais sustentam e reforçam sentimentos de pertencimento (Guerra, 2022). No contexto abordado por Guerra (2015b), as convenções assumem um papel de destaque, sendo definidas como o compartilhamento de conhecimento dentro de contextos específicos. Citando Becker, a autora afirma que é possível identificar diversas formas pelas quais o conhecimento é adquirido, as quais estão intrinsecamente ligadas às relações estabelecidas com o ambiente artístico em questão.

Porém, Becker sofre críticas por não levantar os conflitos de interesse que essas divisões de trabalho dentro de um mundo da arte podem provocar e que surgem na concepção de campos de Bourdieu. Campos e mundos partiriam de postulados discrepantes. O conceito de mundo não conteria algumas concepções que o campo abrigaria como divisas, marcos, conflitos etc. Porém, quando falarmos em cenas musicais será imprescindível combiná-los para formalizar uma imagem de um agrupamento em que os pressupostos acima possam ser discutidos de forma mais abrangente.

O indie também é uma resposta à um panorama saturado, com claro distanciamento entre artistas e fãs, circundado em regras e dogmas, como observado na música *pop rock* nos anos 1970, pouco antes do surgimento do *punk rock*. O indie é uma desconstrução desse mundo. É o desejo de resistir às imposições culturais de uma indústria *mainstream* que provoca o consumo de forma homogênea e sem “riscos”. São formas de viver não conformistas que, como diz Maffesoli (2014)

eram restritas à círculos marginais e que na pós-modernidade ganham notoriedade, uma vez que são neles que geralmente se observam a vanguarda das práticas culturais.

Além disso, esses selos criam e moldam gostos e afetos a partir dos seus *modi operandi*, servindo como espécies de “faróis” musicais. Isto ganha ainda mais importância quando se verifica uma oferta musical vasta e desenfreada em tempos de afirmação de plataformas de *streaming*. Se antes um formador de opinião nos apresentava novos artistas, num ambiente de difícil partilha, hoje, devido à atual oferta online, a dificuldade estaria em “separar o joio do trigo”. Vital nesse sistema, a reputação é algo que se conquista pelo “boca a boca”, pela partilha de informação, pela fidelização de fãs por determinados artistas ou gravadoras. É a chancela na forma de afeto. “Se você gostou de sete álbuns da Lovers & Lollypops, certamente vai gostar do oitavo” (Jorge Coelho, músico, como citado em Portulez, 2017). Ou ainda, conforme mencionado por Ruland ao abordar a lendária gravadora SST Records, em Long Beach, Estados Unidos, os consumidores reconheciam que podiam confiar na SST, mesmo sem terem conhecimento prévio sobre uma determinada banda. Contanto que o produto exibisse o logotipo da SST, isso era suficiente para eles

### **1.3. INDIE, REDES, AFETOS E GOSTOS**

A partir também do afeto, o gosto é algo que pode ser moldado, aprendido e apreendido. Não está conectado diretamente ao saber do indivíduo, mas às experiências que acumula com o passar do tempo. Como diz Jean-Louis Flandrin em “A distinção pelo gosto”, em 1752, o Dictionnaire de Trévoux desenvolveu a ideia de que o gosto não está ligado à cognição: uma pessoa poderia ter amplo conhecimento, grande inteligência e ainda assim possuir um – considerado - péssimo gosto. O gosto é um sentimento natural que emana da alma e é independente de qualquer conhecimento adquirido. Embora às vezes possa ser aprimorado por meio da razão, esta também pode distorcê-lo. Portanto, pode-se afirmar que o gosto é o julgamento da natureza (Aries & Chartier, 2006, p. 300).

O gosto pode ser adquirido dentro dos grupos por meio da influência de uns sobre outros, da “energização da vida cotidiana”, em que jovens escapam da realidade sem emoções que lhes é imposta por meio da arte e do lazer (Filho, 2004, p. 111). São nos espaços que se dá a materialização de afetos e onde é produzida e praticada a música. Através do afeto, marcam épocas fixando-se no imaginário pelas experiências vividas.

*O afeto, afirma Grossberg, é articulado e estruturado de maneira complexa, produzindo configurações não só de prazer e desejo, mas também de vontade, de disposições e de*

*paixões. Ou seja, o afeto perde sua tradicional posição de “efeito”, de “afeição” e ganha um status de estrutura que possibilita a compreensão de determinada prática (Cardoso Filho, 2004, p. 113).*

Tudo o que foi dito até agora sobre o afeto tem o gosto como componente indispensável para que esse “cimento” se solidifique e aja. O gosto, segundo Bourdieu, “encontra-se, assim, na origem do sistema dos traços distintivos que é levado a ser percebido como uma expressão sistemática de uma classe particular de condições de existência, ou seja, como um estilo distintivo de vida” (Bourdieu, 2006, p. 166). Conecta indivíduos e faz surgir traços distintivos percebidos como ligações através de “acordos não verbais”. E, de acordo com Bourdieu, numa das suas citações mais conhecidas sobre o gosto:

*[o] gosto classifica aquele que procede a classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas (Bourdieu, 2006, p. 13).*

O gosto identifica e distingue os sujeitos de universos dos quais não querem fazer parte. Estar num meio indie é também, talvez principalmente, uma negação daquilo que não se deseja: os valores do *mainstream*, da sociedade dita “comum”, do dia a dia. Enfadonho. Ao fazemos parte de uma coletividade baseada em determinados tipos de música, adentramos em um campo que possui história, modos de fazer e demais “amadores” (Hennion, 2011).

Ao formarmos nossas preferências musicais, confiamos em diversas fontes, como o conselho de amigos, familiares, formadores de opinião, além do que ouvimos na rádio e em outras mídias. Os gostos musicais não se desenvolvem de maneira isolada entre os indivíduos, eles fortalecem laços de amizade e enriquecem a experiência de ouvir música (Kruger, 2020, pp. 104-105).

O gosto consiste também num processo de diferenciação, de seleção daquilo que se quer tomar para si, uma identidade (Beividas e Farias 2006). Somamos nossas experiências a um modo de ser e de pensar a música com a qual nos identificamos.

*Entendido como trabalho reflexivo praticado sobre o seu próprio envolvimento, o gosto do amator deixa de ser considerado como escolha arbitrária a ser explicada (como na chamada sociologia “crítica”) por causas sociais escondidas. Em lugar disso, trata-se de uma técnica coletiva, cuja análise nos ajuda a perceber de que maneira nos deixamos sensibilizar por coisas, por nós próprios, por situações e momentos, ao mesmo tempo que delineamos como tais sentimentos poderão ser partilhados e discutidos com outros (Gomes, 2013, p. 20).*

A partir do gosto sujeitos promovem a transformação de locais, dão valores simbólicos a objetos, práticas e performances. Segundo Hennion (2011), o gosto é uma forma de reflexão praticada pelos amadores. Degustar, como diz o autor, “é uma performance: é algo que age, que engaja, que transforma, que faz sentir” (Hennion, 2011, p. 260). Hennion diz ainda que:

*O que é novo não é a execução pública de atividades artísticas pelos profissionais, é a ascensão do amador, do espectador, e a formação de um público “focado”, vindo precisamente para tal ou tal performance. Não somente enquanto público de massa e enquanto mercado, como os analistas têm forte tendência a compreendê-lo, (...), mas como nova competência, lentamente e minuciosamente elaborada através dos dispositivos, das práticas, dos objetos, dos repertórios e de novos formatos sociais, produzindo assim novas sensibilidades individuais e coletivas e, antes mesmo disso, produzindo simplesmente novas capacidades auditivas e uma nova atenção – precisamente o que poderíamos chamar de um corpo musical (Hennion, 2011, pp. 271-272).*

Interessam-nos os processos que esse gosto provoca no amador e que o faz ser produtor e difusor da música. Trata-se de um momento em que observamos, segundo Moisés de Lemos Martins, a “deslocação do centro de gravidade do *logos* e do *ethos* para o *pathos*” (Martins, 2015, p. 348). No entanto, o gosto não surge ao acaso. É algo que se produz por tentativas, sendo moldado ao longo dos tempos. Não se trata de um desenvolvimento sequencial nem ascendente. Pode ser feito a partir de processos inventados, criados para suprir lacunas. Conforme diz Hennion (2011), a formação de uma preferência cria seus próprios agrupamentos, gradualmente moldados e consolidados pela comunidade, sendo mais robusta quando não é previsível e se fundamenta em sensações, corpos, gestos e objetos. Trata-se de saber também do que não se gosta, “não se ama se não se rejeita” disse Bourdieu (Hennion, 2011, p. 266). É o desenvolvimento do autoconhecimento e de degustação da coisa “analisada”. É quando existe a diferença entre o simplesmente gostar de algo e ser “amador”.

*Nada disso tudo está dado, é nisso que o gosto é sempre prova. Não é sentir a partir do que conhecemos, mas descobrir-se degustador através do contato trabalhado e repetido com aquilo que não era percebido e, graças a essa elaboração (e em primeiro lugar à apresentação na maioria das vezes oferecida pelos outros amadores fazendo o papel de mediadores), perceber aquilo que não percebíamos (Hennion, 2011, p. 265).*

Gostos, quando expostos e compartilhados, são parte de processos comunicativos. A partir deles, sujeitos se reconhecem com determinados nichos e se aproximam em busca de construção de identidades. Procuramos pessoas que tenham afinidades similares para nos sentirmos acolhidos e sermos aceites. Dessa forma, a vestimenta, as práticas cotidianas e a música que é consumida e criada constituem meios de comunicação essenciais e elementos distintivos de identidade. Segundo

Levitin, especialmente na juventude, quando buscamos nossa identidade, estabelecemos vínculos sociais com aqueles que admiramos ou compartilhamos interesses. Essas conexões se expressam através das escolhas de vestuário, envolvimento em atividades comuns e preferências musicais compartilhadas (2010, pp. 260-261).

Segundo Moisés de Lemos Martins (2004b), para haver a significação total dentro de um processo de comunicação é necessário ter em conta algumas condições que são:

*1) a presença de marcas, sons, grafemas, etc., que constituem o material significante de um determinado sistema de significação (condição da diferença); 2) a realidade extralinguística à qual se referem os enunciados discursivos (condição da referência); 3) os utilizadores da linguagem, pelos quais, entre os quais e para os quais os discursos significam alguma coisa (condição da interlocução ou da comunicabilidade) (Martins, 2004b, pp. 8-9).*

Ainda segundo o autor, quando existe a comunicação, o significado se faz entender, o afeto se estabelece e as relações têm início. No processo de identificação dentro do indie, não existe apenas a comunicação do que queremos dizer que somos. Não queremos só que o outro entenda que fazemos ou não fazemos parte do mesmo “espectro” de gosto, mas se há correspondência. Assim, novas relações são assumidas, afetos se formam e, numa progressão, bandas, projetos musicais e cenas musicais têm a possibilidade de serem criadas. A aparência, vestuário, expressões, gestos etc. geram um complexo de códigos que outros dotados do capital simbólico semelhante poderá traduzir e identificar que é o momento em que o signo passa a significar algo para um outro sujeito. Esse processo é formado por três partes.

*O significante pode ser uma palavra, uma imagem ou um objeto físico; o significado é o conceito mental associado ao significante; o signo é a associação de significante e significado. Os signos podem ser organizados em códigos interligados, como acontece com as roupas da moda. A convenção social pode influenciar a natureza precisa e a força da relação entre significante e significado. Barthes argumentou que os signos podem formar mitos, na medida em que um signo pode representar toda uma gama de valores culturais. Além de associar uma imagem ou um objeto a um conceito (denotação), os signos também carregam conotações, engendrando emoções (Shuker, 1998, p. 290).*

Atualmente, os selos indie trabalham para democratizar os meios para que o capital simbólico dos seus nichos seja absorvido em larga escala, em busca da ampliação de mercados e da sustentabilidade.

*Um código conjuga uma dimensão paradigmática (uma vez que é uma seleção de unidades) e uma dimensão sintagmática (dado que combina unidades, através de regras ou convenções). É constituído por signos que remetem para uma exterioridade. Inter-relaciona-se dinamicamente com uma cultura: um código remete para o consenso entre os seus utentes e para uma experiência culturalmente comum. Desempenha uma função social ou comunicativa. É transmitido através de meios e/ou canais adequados (Martins, 2004b, pp. 29-30).*

O afeto ainda impacta nos modos de consumo dessas coletividades. Assim como os locais, discos, cassetes, singles, entre outros, para além do valor econômico, adquirem valor simbólico. E não só fonogramas ganham valência pelo gosto, mas os sujeitos, como forma de pertencimento a uma coletividade, ao comprar um disco/fita demo/single da banda ou gravadora local. Fazendo assim com que haja mais do que uma relação compra-venda formal de mercado, mas uma que contenha o emocional e o afetivo. A formação do gosto, enquanto um padrão cultural, se desenvolve na interação entre o indivíduo e o objeto em foco (Bevidas & Farias, 2006, pos. 23). Essas estéticas de consumo, que vão além do mero fonograma físico (Sax, 2017), desempenham papéis multifacetados, como apoiar bandas locais, promover pequenas gravadoras favoritas e valorizar produtos regionais. No universo indie, os participantes desempenham diversas funções, seja consumindo, divulgando ou até mesmo produzindo tais produtos. Isto é, de acordo com Bourdieu,

*mediante um trabalho de identificação e decifração que, no caso da obra de arte, pode constituir a totalidade do consumo e das satisfações que ele proporciona, exigindo, além do tempo, determinadas disposições adquiridas com tempo (Bourdieu, 2006, p. 95)*

São características que fazem parte de processos de formação deste indivíduo em fã e em criador. Também não faz parte do escopo dessa pesquisa esmiuçar o *fandom*, o “fã-clubê”, mas é necessário entender que a relação desse sujeito dentro do seu nicho ultrapassa a fronteira do simples apreciador. Martin Hills diz que o fã é “alguém “altamente articulado”, “interessado” e “altamente participativo em comunidades” (Ernst, 2012, p. 23).

Assim, para Lee (1995), fãs estabelecem conexões não apenas com as bandas que admiram, mas também com as gravadoras que lançam esses álbuns. Os mecanismos dessa relação implícita parecem ser bastante diretos, envolvendo fanzines, cartas enviadas pelos fãs para as gravadoras e conversas com outros fãs em locais como clubes, lojas de discos e shows (p. 28).

Laços são criados a partir dessas culturas alternativas (Lee, 1995) que abrigam “excluídos” e dão a eles formas de expressão e de serem compreendidos enquanto sujeitos. São pessoas que se

tornam fãs que, por sua vez, valem-se da identidade criadas em torno de selos para definir quais são seus papéis enquanto seres sociais. Reynolds destaca que é algo que vai além da simples relação comercial, caracterizando-se por fidelidade e a noção de conexão (2006, p. 30).

O indie é um campo com características únicas e particulares. Em cada lugar onde haja uma cena musical indie, haverá idiossincrasias que remetem aos sujeitos do local e/ou ao território e/ou ainda à negação deste por estes agentes. Segundo Bourdieu, cada campo possui suas regras próprias com princípios e operações que levam a hierarquias, organizações distintas e a conflitos (Guerra, 2010).

*Bourdieu define espaço social como um conjunto organizado ou um sistema de posições sociais que se definem umas em relação às outras. É um todo cujas partes componentes estão em interação umas com as outras de forma durável e não arbitrária (...) Cada campo está ligado aos outros campos por ligações económicas e simbólicas, mas possui uma certa "autonomia", que se traduz, entre outros aspectos, por "interesses" específicos no campo. O que se produz e o que se troca nos campos não são apenas recursos raros como riqueza material, prestígio ou poder, mas também significado, que atribui uma identidade social aos agentes, distinguindo-os uns dos outros (Guerra, 2010, p. 492).*

A cultura musical é mais que um simples colecionar de experiências, que uma simples soma de saberes como diz Bourdieu (2006, p. 23). É algo que se adquire juntamente com a experiência de vida e se transforma em valor em uma comunidade. E o conhecimento dentro da comunidade indie é valorizado pelo seu poder de prescrição. Quem detém o saber, o conhecimento musical, tem poder e se torna referência. Como diz Bourdieu:

*no caso em que uns terão assistido apenas a um "western com Burt Lancaster", outros terão feito a "descoberta de um John Sturges no início de carreira" ou do "último Sam Peckinpah", ajudados na identificação do que é digno de ser visto e da maneira adequada de assistir a tal fita pelo seu grupo (a partir de comentários: "você já assistiu...?" ou "tem de assistir a..." que constituem outras tantas chamadas a ordem) e por todo o acervo de críticas que lhes servem de referenda para produzir as classificações legítimas e o discurso de acompanhamento obrigatório de qualquer degustação artística digna desse nome (Bourdieu, 2006, p. 31).*

Também, certas condições (sociais e econômicas), ou indicadores como chama Bourdieu, auxiliam a absorver e trabalhar éticas como as do DIY, e do DIT e demais preceitos que permeiam o indie. No entanto, não vamos nos ater a questões como classes ou origens sociais. A distinção a qual fazemos menção se baseia em gosto, novas maneiras de se trabalhar a produção musical, o desejo de democratização, de descentralização, de sentimentos de pertença e de se transformar o território em

fomentador de cultura, mais plural e ao alcance de todos. O que Bourdieu chama de *capital estatutário*, no indie seriam os preceitos básicos do gênero mencionados acima - o seu *ethos* fundador - que vêm sendo reconfigurados, adaptados, ao passo das mudanças que o mundo vem vivenciando nas últimas décadas. O capital simbólico é baseado no conhecimento do indivíduo dentro do nicho e que se transforma em uma forma de viver. Refere-se à habilidade de induzir o reconhecimento, por parte de outros agentes, do valor inerente a essa propriedade. Este tipo de capital engendra um consenso entre os agentes, resultando em um reconhecimento mútuo, respeito ou legitimação dos portadores de diversas outras modalidades de capitais (Guerra, 2010).

O indie ainda enquanto “subcampo de produção restrita” (P. Abreu, 2015a) vem sofrendo transformações ao longo dos anos no que se refere ao mercado. Há selos que se baseiam e se fixam em projetos puramente artísticos. Porém, da década de 2010 em diante, observam-se fluxos de trabalho, de marketing, logísticos mais organizados para que seus “produtos” cheguem a mais pessoas com o intuito de tornarem essas gravadoras sustentáveis e também mais destacadas e vistas como agentes transformadores do espaço urbano pelo poder público.

De acordo com Abreu (2015), a análise de Bourdieu sobre o campo cultural revela uma conexão estrutural entre os diferentes campos. Bourdieu descreve o campo cultural como um ambiente que funciona de forma inversa ao mundo econômico. Dentro desse campo, a disputa ocorre em torno do poder de definir e impor um modo legítimo de produção cultural, o que também determina quem pode participar dessa disputa. O capital cultural específico é a forma de capital mais valorizada nesse contexto, em contraste com a acumulação de capital econômico.

Numa crítica a Bourdieu, Abreu diz que para se analisar as relações entre estes campos culturais e mercados, autores como Boltanski e Thévenot sugerem que há diversas outras possibilidades de se enxergá-las, que não se reduziriam ao olhar “dualista de Bourdieu” centrado em legitimação e hierarquização (Abreu, 2010, p. 30). Por isso, deve-se ter atenção ao citar os preceitos de Bourdieu quando falamos num meio altamente qualificado, mas não tão baseado em estruturas hierárquicas (apesar de existirem). O que as gravadoras indie procuraram e ainda procuram é cada vez mais ampliar o seu raio de alcance através da democratização e da desmistificação dos meios de produção musical e menos em estruturas rígidas de organização. Os trabalhos dentro desses nichos são

*resultado da cooperação entre diferentes agentes e instituições em diferentes planos (produção, disseminação, mediação), desenvolvidos com referência a um conjunto de convenções que refletem um entendimento comum do mundo da arte e geram práticas comuns (como as ilusio bourdieusianas) (Guerra, 2015, p. 3).*

Os selos indie sempre se equilibraram na tênue linha do princípio artístico e da sobrevivência. As lógicas de operação primordialmente eram imersas em alguma desorganização e imbuídas de um *ethos* “amador” como marca distintiva frente às majors e/ou por desinformação de como gerir um empreendimento. A grande questão vivida pelas gravadoras indie ao longo da história estava nessa dualidade entre ser “livre de amarras artísticas” e sobreviver num mercado cada vez mais competitivo sem que o segundo influenciasse a primeira. Mesmo com as práticas mais profissionais vistas nos últimos anos, há um cuidado em não cair em, como Adorno e Horkheimer argumentam, numa subordinação do valor de uso das obras ao valor de troca no mercado (Abreu, 2010, p. 38).

Num movimento de “bola de neve”, o indie procura democratizar o acesso à música e ao mesmo tempo difundir conhecimento - capital cultural - a mais pessoas para que se tornem mais conscientes das suas escolhas meio musicais e possam ser “faróis” em suas comunidades. De acordo com Shuker, o conceito de “capital cultural” é utilizado para descrever a disparidade na distribuição de práticas, valores e competências culturais em sociedades capitalistas. A posição social desses agentes é definida não somente pela quantidade de capital econômico que possuem, mas também pelo seu acesso diferenciado ao capital cultural e poder simbólico (Shuker, 1998, p. 77).

Essas diferentes formas de capital são internalizadas nos indivíduos através do *habitus*. Os atores que fazem parte do universo indie se afirmam pela diferença baseada nos seus bens simbólicos, isto é, em sistemas pessoais de gosto, conhecimento cultural, afetos que, somados, alimentam o capital cultural desses sujeitos. E são estes que formam coletividades, cenas, ambientes culturais específicos onde se desenvolvem o *habitus* (Guglielmino, 2014). Ele remete ao cotidiano, ao costume não verbalizado e ajuda a alicerçar o estar-junto. A existência de uma comunidade como tal é fortemente influenciada pela prática habitual, conforme discutido por Maffesoli (1998, p. 32). E, assim, faz a coletividade moldar-se em torno de uma cultura.

*Estas condições desenham a estrutura do campo cultural, que se traduz fundamentalmente na oposição de dois subcampos de atividade. O subcampo da produção restrita, onde o princípio de hierarquização e consagração primacial é o da autonomia específica dos produtores, ou seja, da sua capacidade de definir autonomamente o que é um objeto cultural “puro”, e onde os principais interlocutores são os seus pares. O subcampo da grande produção, onde os produtores culturais*

*orientam a sua atividade em função de uma procura externa, produzindo bens (culturais) comerciais e sujeitando-se a um princípio heterônomo de hierarquização e consagração* (Abreu, 2010b, p. 24).

Essas comunidades são espaços estruturados, o campo, com regras, hierarquias e ordenações próprias mesmo que informais. Essa noção, como diz Guglielmino, tem fundamentos em Max Weber quando este afirma que uma sociedade não pode ser dividida apenas entre “classes econômicas e *ethos*” (Guglielmino, 2014, p. 12), uma vez que dentro desses campos desenvolvem-se outros tipos de valores, ou capital, sejam ele culturais, sociais, simbólicos, e não puramente econômicos. “O campo implica crença, a crença de que o jogo vale a pena, de que vale a pena participar no jogo” (Guerra, 2020b, p. 149), ou seja, incita e impele a participação.

O indie, como vimos até agora, é fruto não só da desmistificação e da democratização da produção musical, mas também de interações. A música, como diz Frith (2011), é um imenso sistema de comunicação. Este, indispensável dada a realidade em que as gravadoras indie surgem e em que vivem: a precariedade e falta de recursos. Desenvolver modos coletivos de disseminar música são formas de colmatar a falta de capital para grandes investimentos. O território serve de base para o *network*, fundamental para a constituição do que chamaremos e analisaremos mais a frente de cenas musicais. Assim, é preciso olhar para os contributos de Nick Crossley (Crossley, 2008, 2009, 2015; Crossley & Bottero, 2015; Emms & Crossley, 2018) e do sistema de redes e *networks*. As redes criadas acarretam canais independentes de distribuição cultural (não só fonogramas, como fanzines, por exemplo). Isto permite o florescer de cenas e comunidades em torno da música. Assim,

*uma rede social os conecta a outros artistas, estimulando a inovação estética ou artística. As redes podem gerar novas ideias artísticas e atuar como fonte de informação sobre obras e atividades de artistas conectados* (Drijver et al., 2017, p. 19)

Explorando e expandindo o conceito de “redes”, Manuel Castells (2002) descreve a atualidade como um período de mudança na nossa “cultura material”, impulsionada por um inovador paradigma entrelaçado com as tecnologias da informação. Dentro da esfera das tecnologias da informação, Castells abarca o conjunto convergente de avanços na microeletrônica, informática (software e hardware), telecomunicações/transmissões e ópticoeletrônica, indo além, inclusive, para englobar a engenharia genética e suas aplicações (Martins, 2004a). Ao favorecerem a troca e o debate de ideias assim como o ativismo na rede, em favor de causas sociais, políticas e culturais, as redes sociotécnicas constroem e aprofundam o sentido de cidadania de uma comunidade e o seu sentido crítico e democrático (Martins, 2014, p. 15).

Música é uma “ação coletiva” que demanda redes de contatos e interações para que possa circular, sobreviver e enriquecer-se (Crossley, 2008), sejam presenciais ou virtuais. São relações mantidas dentro e fora delas fazendo a comunicação circular. Porém, não surgem de maneira espontânea. É preciso um sujeito ou um grupo para fomentá-las, fazendo com que a comunicação transite de maneira fluida despertando o desejo de ação. Essas redes não são totalmente harmônicas, mas “são estruturas irregulares que, mesmo conferindo vantagem geral (onde o fazem), posicionam seus membros de maneira diferente e os beneficiam em diferentes graus, gerando possibilidades de ressentimento e conflito” (Crossley, 2008, p. 107). Sem grandes possibilidades financeiras, o *network* é uma vital arma para a divulgação. “Nós éramos supostos para ser uma alternativa para o *bullying* das majors. E fazer as coisas de um jeito diferente e juntos” (Ivo Watts-Russel, manager, 4AD, como citado em Ogg, 2009, p. 238).

Crossley (2008) sugere que movimentações musicais emergem a partir de redes pré-existentes e dos vínculos que unem participantes desta cena. Em conjunto, o tempo livre é investido na produção musical. “A vivacidade é executada como paradigma de virtude social, de dedicação laboriosa, de atividade e disponibilidade assídua ao *team work*” (Adorno, 2011p. 133, grifo do autor). A música gravada confere experiências que não envolvem somente quem a faz (o artista ou banda que também são fãs de outros projetos) e quem a ouve (o fã que também pode ser um ator ativo neste network) mas essencialmente quem as medeia.

A influência das gravadoras indie se dá nos círculos que as rodeiam. Lojas de discos, bares, clubes, discotecas, são parte deste sistema de networking promovido pela comunidade onde, além da prática óbvia de adquirir discos, esses agentes partilham conhecimento e estabelecem relações sociais, entre outras atividades. “Mais do que uma loja, a Rough Trade tornou-se um local de bate papo, onde indivíduos afins - especialmente aqueles interessados em contracultura e na música - podiam se reunir e trocar ideias enquanto garimpavam nas prateleiras” (Ogg, 2009, p. 178). São também vitais nesse esquema os programas de rádio (tendo como exemplo máximo as College Radios estadunidenses), festivais, até mesmo convenções entre os selos indie. Azerrad (2001) destaca que, com a cena musical *underground*, redes se formavam. Lojas de discos começavam a apoiar gravadoras indie, *college radios* divulgavam músicas, fanzines proliferavam, e uma rota de locais para a prática da música ia sendo estabelecida (p. 77).

Essas práticas coletivas mesclam-se com o cotidiano de outras pessoas, originando novos cotidianos, embaçando o que seria o “trabalho”, o consumo e o lazer. A sensação de fazer parte de

uma coletividade, o estar-junto, desenvolve lógicas de network entre seus participantes em processos de *auto contaminação* e a colaboração entre os participantes gera sentimentos compartilhados em relação ao valor daquilo que produzem em conjunto (Becker, 1982, p. 57).

#### **1.4. INDIE, COMUNIDADE, ATMOSFERAS E CENAS**

Viu-se que a música, através das vivências de seus praticantes, provoca mediação que gera significados e formam grupos. Esses métodos refletem a identidade de coletividades ou as constrói fazendo com que gêneros musicais estejam ligados a elas em diferentes períodos, produzindo significados. Ao considerar essas práticas, Sara Cohen destaca, que o local e a cultura se formam e se reconstroem por meio da ação diária, estando constantemente em evolução, ressaltando a abertura e fluidez tanto da cultura quanto do intercâmbio intercultural (2012b, p. 165). Frith diz que a “música, (...) simboliza e oferece a experiência imediata da identidade coletiva” (1999, p. 121). A comunicação entre agentes é estabelecida e cenas musicais ganham vida em torno da coletivização das práticas e da disseminação da música. E, além da música em si, a forma como ela é produzida e percebida transforma-se na expressão dessa cena, tornando-se marcas distintivas. As dinâmicas locais dão ao indie peculiaridades ligadas ao território. Dentro desse contexto, conforme discutido por Costa, a manifestação do território revela-se por meio de representações cognitivas e referências afetivas do espaço local, configurando-o como território de práticas cotidianas, palco da existência diária, fonte de recursos táticos, sede de estratégias sociais, referência de episódios vividos ou narrados, além de ser um lugar de experiências compartilhadas e sentimentos de pertencimento (2008, p. 47).

*A música independente nos anos 80 era um lugar onde as pessoas podiam estar seguras se achavam que eram diferentes. Pessoas que talvez tivessem ideias diversas sobre sua sexualidade e identidade. (...) Era um lugar onde o embaraço, a timidez e a contracultura eram celebrados. Era outro mundo. Era um lugar que eles poderiam chamar de seu. Era um lugar que tinha sua própria identidade (Richard King, escritor, como citado em Logue, 2015).*

O indie proporciona possibilidades para uma vida além da rigidez da formalidade do dia a dia. Assim, espaços (bares, clubes, lojas de discos etc.) tornam-se a “segunda casa” de sujeitos, refúgios onde se encontram para se sentirem inseridos, trocar informações, passar tempo e conhecer novas

bandas. É o que o teórico urbano Ray Oldenburg chama de “terceiro lugar”, local de frequência logo após a casa e o trabalho para estes sujeitos<sup>20</sup> (Jarnow, 2012).

Todas as gravadoras desta pesquisa – mesmo a maioria caracterizadas na figura de seu mentor ou mentores (Ama Romanta, Facadas na Noite, Moneyland Record\$, Bee Keeper, Lux Records, Low Fly, Lovers, Hey, Pachuco!, Flor Caveira, Bor Land, Cafetra, Omnichord) - invocam sentidos de comunidade, de família, de afeto. Que mesmo que as atenções se voltem para esses *managers*, invocam a comunhão entre público, artistas e o selo, assim como com a cidade/região. “Nós aqui somos uma família. E como você entra para uma família? Na base do afeto e do amor. Quando alguém dessa família se apaixona por uma pessoa de fora” (Hugo Ferreira, manager, Omnichord Records, em entrevista pessoal, em 27/10/2020). É um *clamor* comunitário em torno da música que integra e suscita a interação em grupos ou desperta o desejo para se estar em um. No entanto, são necessárias condições para que a música aja como uma “cola social” que organiza vidas em torno dela. De acordo com Martins (2021), destaca-se a relevância das condições concretas de existência de uma comunidade, superando, assim, as considerações sobre as condições transcendentais de possibilidade para a formação dessa comunidade (p. 197). Ao ocorrerem estas disposições, a música

*é capaz de transformar para sempre a vida das pessoas de formas muito mais complexas do que promover uma simples comoção emocional ou intelectual causada por uma obra específica. (...) A música é sim uma força moral, mas mais ainda quando se torna parte das bases de toda uma comunidade (Byrne, 2014, p. 289).*

Crossley (2015) se baseia no conceito de que estas ações coletivas encontram mais facilidades ou recursos quando se veem em grandes centros, onde exista grandes concentrações populacionais. Nesta afirmação, o autor se fundamenta apenas na oferta de e para músicos, deixando de lado a noção que essas coletividades são compostas por outros agentes de igual importância. Exemplo que se não se fundamenta quando olhamos para a produção indie em Portugal tão centrada no seu interior quanto nas grandes cidades, Lisboa e Porto. Com até maior envolvimento das pessoas nestas pequenas localidades. Ainda neste sentido, Crossley, diz que:

---

<sup>20</sup> Segundo Hesmondalgh (1996), o surgimento de lojas de discos especializadas foi crucial para o desenvolvimento de relações, uma vez que eram ponto de encontro entre jovens que liam sobre artistas na imprensa especializada e os ouviam nesses locais. Ogg atesta que: “As lojas de discos (...) também servem como um hub para a cultura da independência - flyers para shows, distribuição de fanzines locais, anúncios de “procura-se músicos” - bem como um local onde os fãs de música se reúnem. Não estou sugerindo que a música não possa se desenvolver e prosperar sob outras condições, mas por sua própria natureza seria um animal diferente, não fundamentada no espírito de cooperação mútua que governou o *ethos* independente original” (2009, p. 574).

*[a] formação de um music world, eu vou argumentar, envolve ação coletiva por uma massa crítica de indivíduos com os interesses necessários, comprometimento e recursos para fazê-lo, mas isso só pode acontecer se os membros dessa massa estiverem conectados em um network (Crossley, 2015, p. 14).*

O autor ao se referir aos *music worlds* como conseqüências de “efervescências coletivas dentro de uma massa crítica conectada de atores que são definidas por interesses mútuos” (Crossley, 2015, p. 80), confere pouca atenção a quem dá a ignição a esses processos. Crossley nos faz pensar que são processos que acontecem de forma espontânea, apenas por contar com indivíduos que possuem mesmos gostos e desejos em um determinado lugar e período no tempo, no que discordamos. Reforçamos que a presença dos *mavericks*, dos agitadores, dos prescritores, dos curadores é vital para uma cena surgir e florescer. Para Cuffman (2015), a essência da comunidade reside na ética, na maneira como os membros interagem e compartilham experiências, destacando o “como” em vez das relações formais, caracterizando abordagens mais flexíveis e éticas (p. 13). Por sua vez, Fine (2015) expõe que as práticas do DIY e do DIT desempenham papéis vitais na preservação da comunidade, resistindo à comodificação e fomentando a participação ativa, tornando os envolvidos para além do que meros espectadores (p. 197).

Essas coletividades são agentes ativos em um ambiente de produção cultural que se caracteriza pela colaboração e apoio mútuo, criando conjuntamente (Reynolds, 2005, p. 106), concebendo sentimentos de pertença e de cooperação. “O que nos unia era que nenhum de nós sabia o que estávamos fazendo” (Daniel Miller, manager, Mute Records, como citado em Reynolds, 2005, p. 109). Deste modo, os agentes dentro dessas movimentações musicais desenvolvem aptidões que posteriormente podem ser de grande valia não só para essas cenas, como para o seguimento da vida. Podem descobrir capacidades ou habilidades que possam desenvolver potencial para serem aperfeiçoadas ao longo do tempo transformando-se em carreiras.

*Também permitiu que as pessoas misturassem e fundissem sons regionais com os novos sons aos quais estavam sendo expostos, e criou conexões - no mínimo, comunidades imaginárias - nas quais os indivíduos podiam ver suas próprias práticas locais como não inteiramente únicas e isoladas. A identidade local permaneceu importante, mas também identidades genéricas mais amplas, e praticantes e fãs foram interpelados em relações de similaridade e diferença por meio das quais foram identificados localmente, mas também identificados dentro de um sistema de translocalidade (Kruse, 2010, p. 637).*

Segundo Vicente, há, indubitavelmente, um conjunto de valores e uma cultura partilhados pela comunidade que se identifica com eles, e é a partir desses elementos que surgem sonoridades, nas

quais frequentemente se podem reconhecer as características específicas dessa comunidade urbana (Guerra, 2010, p. 248). Se, como afirma Becker (Guerra, 2017b), a arte, o “produto final”, é uma forma de dizer sobre a sociedade, logo, os modos como essa arte é produzida é também são maneiras de entender esses grupos.

Como visto, os processos de produção musical conferem ao lugar unicidade em relação a outros territórios. Cada local onde a produção musical é ativa, existe um senso de “si mesma”, uma identidade para seus integrantes e para fora das suas fronteiras (Reynolds, 2009). Como afirmam Janotti Júnior e Almeida (2018), uma cena se dá a partir da música, mas também da interação que proporciona entre os atores que a compõe com o território. Nas últimas décadas, o conceito de localidade tem ganhado destaque como um conceito fundamental nos estudos da música popular atual, refletindo as tendências da geografia cultural. O objetivo principal é investigar o papel e a importância da música como instrumento para definir a identidade local (Shuker, 1998). Para Sarah Cohen (1995), localidade pode ser aplicada para analisar as redes constituídas por relações sociais, bem como práticas e processos que se estendem por locais específicos, destacando as interconexões e interdependências entre o individual e o coletivo, entre outras questões.

*Como observa Street, as perguntas a serem feitas aqui são “se os fatores locais moldam a produção e o consumo da música; e se a localidade afeta o significado da música” (1995, p. 255). A localidade tem sido utilizada de diversas maneiras em estudos de música popular: 1) para explorar a relação entre centros dominantes/ as principais empresas e a periferia, (...) 2) a forma como a música frequentemente tem sido utilizada para expressar concepções de identidade nacional, regional ou comunitária (Shuker, 1998, p. 178).*

A partir dos anos 1980, por todo o mundo, houve uma expansão da formação de cenas musicais baseadas no que viria a ser chamado de indie, do “suporte” que as caracterizam. Assentes no DIY, diversas cenas se destacam reinventando em sons únicos e/ou jeitos particulares a cultural musical praticada nelas. De acordo com Oliver (2010, p. 1423), o músico independente (DIY) inserido na cena musical local adota uma ética robusta que se alinha aos princípios punk de exercer criatividade e desfrutar do processo, ao mesmo tempo em que busca autossuficiência. Sujeitos são modificadores do território usando a música, afetos e traços culturais como ferramenta de sociabilidades, rebatizando influências externas como próprias do lugar (Bennett & Peterson, 2004, p. 8). Para Straw, cena é um modo de falar da cidade e sua “teatralidade” sendo ocupada e reconfigurada por pessoas de forma atraente (2013, p. 12)

Mas, o que compreende uma cena musical? Como podemos definir uma cena? Que elementos a compõem? Músicos, fãs, agentes, espaços, salas, estúdios, labels, festivais, eventos, lojas de discos...? Qual o papel de um selo indie neste contexto?

O vocábulo “cena”, segundo Bennett & Peterson (2004), foi inicialmente utilizado por jornalistas nos anos 1940 para expressar o que acontecia no mundo “marginal e boêmio” do jazz estadunidense.

*O que nós e outros chamamos de “cenas” tem sido frequentemente chamado de “subcultura” (...). Usamos o termo “cena” aqui em vez de “subcultura” porque o último pressupõe que uma sociedade tenha uma cultura em comum da qual a subcultura é desviante (Bennett & Peterson, 2004, p. 3).*

Mesmo que o conceito ainda seja volátil e passível de diversas interpretações é o que se insere mais claramente nas peculiaridades das coletividades pesquisadas nesta tese. Por ser uma concepção fluida, a expressão “cena” se encaixa melhor nas diferentes representações musicais em torno dos processos de produção das gravadoras indie. Bennett & Peterson (2004) expandem o conceito, inicialmente discutido por Will Straw,(1991), para três tipos de cenas, já amplamente discutidos por diversos autores anteriormente: as cenas locais, translocais e virtuais. E tipos particulares de música criam diferentes tipos de envolvimento e de comunidades (Straw, 1991).

Segundo Bennett e Peterson (2004, pp. 6-7), o conceito de cena musical se desdobra em três categorias distintas. A primeira, denominada cena local, representa a ideia original de uma comunidade centrada geograficamente. A segunda, conhecida como cena translocal, abrange cenas locais dispersas que se conectam por meio de uma comunicação regular, compartilhando uma forma específica de música e estilo de vida. Por fim, a terceira, chamada cena virtual, é uma formação emergente na qual indivíduos, distantes fisicamente, constroem a sensação de cena por meio de fanzines e, cada vez mais, pela Internet.

Uma cena local, ao mesmo tempo, é passível de atrair artistas e bandas de outras regiões para a prática musical, outras cenas se comunicam com ela. O que era chamado de cena virtual tem sido observado e mais conhecido como “digital” ou “online”, com o uso de mídias digitais e a participação 'ao vivo', quase que simultaneamente numa cena. Ser estritamente virtual é algo que foi sendo encarado de outra maneira nos últimos vinte anos. Não mais puramente online, mas experiências desenvolvidas no online para o real.

Finch (2015) discute o uso de termos como “comunidade” e “cenas” a partir de debates levantados por William Straw. Por ter se alargado o uso da última, Straw critica a utilização de outras expressões como “subcultura” ou “comunidade” por serem rígidos e não condizentes para tratar da fluidez e da dinâmica que existiriam em uma cena, como dito anteriormente. Segundo Finch, Straw descreve cenas como “espaços mercuriais” e dotados de “uma multiplicidade indefinida de atividade cultural”, enquanto que “comunidade” estaria restrita a uma “menos variada, centrada em uma seleção relativamente limitada de interesses culturais” (Finch, 2015, p. 301). Nesse sentido, “comunidades” seriam “planas”, enquanto as “cenas”, complexas, dinâmicas e variadas. Segundo Guerra et al. (2016), o trabalho de Straw em 1991 foi fundamental, pois apresentou uma análise sofisticada da interação entre música, gosto e identidade. O autor explorou a noção de translocalismo, que se refere à capacidade da música de transcender barreiras físicas e permitir a formação de práticas culturais coletivas entre grupos de agentes musicais geograficamente dispersos. Desde então, o conceito tem sido cada vez mais utilizado em estudos que abordam a produção, performance e recepção da música popular, considerando tanto as dimensões temporais como espaciais (Guerra et al., 2016, p. 3).

Segundo Straw, a noção de cena poderia possibilitar a distinção de fenômenos das categorias mais estáveis e teoricamente desafiadoras de classe ou subcultura (Hesmondalgh, 2005, p. 29). Assim, o termo combinaria as dinâmicas das comunidades, adicionando vitalidade à atividade cultural destas; tal como como o cosmopolitismo dos processos da globalização em que estes se mesclam a processos internos e histórias de vida. Segundo Stahl (2014), as delimitações de uma cena musical apresentam uma permeabilidade significativa, e sua formação social não se caracteriza pelos padrões uniformes comumente vinculados às subculturas.

De acordo com Kruse (1993), a expansão do rock *underground* a partir dos anos 1980 pode ser interpretada como a emergência de uma cena translocal. Essas comunidades ultrapassavam a interação puramente local, estabelecendo contatos regulares com outras cenas por meio da troca de fanzines, cartas, discos, turnês, entre outras práticas. Nesse contexto, podemos conceber o indie como um gênero musical com características “translocais” (Bennett & Peterson, 2004), uma vez que, embora enraizado em contextos locais específicos, compartilha origens comuns a outras cenas semelhantes, como os ethos DIY e DIT, o desejo de diferenciação e a produção musical fora dos padrões convencionais. Assim, essas cenas reconhecem-se mutuamente, e as fronteiras entre elas tornam-se mais difusas. Diante da crescente globalização, torna-se crucial explorar como essas cenas

conseguem expressar e preservar suas peculiaridades locais, ao mesmo tempo em que se destacam e atraem atenção em um contexto global, conforme destacado por Cummins (2008).

No entanto, Hesmondalgh afirma que nem “cena” ou “tribos” seriam formulações a ser utilizadas para definir de maneira correta as coletividades musicais nas sociedades pós-modernas. (Hesmondalgh, 2005, p. 22). Segundo o autor, a concepção de “neo-tribalismo” de Maffesoli seria a mais adequada para o estudo dessas movimentações por jogar luz nas conexões nesses ajuntamentos. A essência destas cenas não teria, segundo Hesmondalgh, a rigidez das formas de organização com as quais estamos familiarizados, referindo-se a um determinado ambiente, um estado de espírito, e deve ser expressa preferencialmente por meio de estilos de vida que favorecem a aparência e a forma (2005, p. 24).

Alinhada com Hesmondalgh, Guerra (2010) diz o conceito de neo-tribo de Maffesoli pode fornecer uma contribuição significativa para uma melhor compreensão da formação de alianças e das escolhas de estilos de vida nas cenas musicais. Através das identificações empáticas e emocionais com outros indivíduos, surgem estilos de vida que se constituem como a base das comunidades afetivas propostas por Maffesoli (Guerra, 2010, p. 429). ). E como diz Jean-Martin Rabot,

*na análise do tribalismo, M. Maffesoli considera os indivíduos na sua capacidade de agregação e de interação. Compreende-se então a razão pela qual é o paradigma religioso, no qual a religião é entendida no sentido de religare, que permite ao autor descrever ‘a ligação orgânica na qual interagem a natureza, a sociedade, os grupos e a massa’. É natural, pois, que se analise o conjunto da sociedade à escala da seita, para compreender o divino social caracterizado pelo mito, pela comunhão e pelo politeísmo. É a partir do minúsculo, do fracionamento da massa num número infinito de tribos, que se opera a participação no todo (Rabot, 1991, p. 151).*

Por sua vez, o conceito de “tribo” tem sido objeto de uma recente abordagem realizada por Andy Bennett (2005), com o objetivo de repensar a relação entre juventude, estilo e preferências musicais, em resposta às críticas crescentes direcionadas à pesquisa baseada na subcultura. Enquanto os termos “tribo” ou “neo-tribo” surgiram a partir da interação de longa data entre os estudos sobre culturas juvenis e sobre música popular, a noção de “cena” foi desenvolvida em vertentes dos estudos de música popular influenciadas, em grande medida, pelos estudos culturais e pela geografia cultural (Hesmondalgh, 2005, p. 22).

Porém, as concepções de comunidades e cenas não poderiam caminhar juntas? Uma vez que a primeira estaria mais conectada ao território e a segunda às dinâmicas culturais às quais Straw

(1991) se refere? Numa valorização do local como vemos em tempos globalizados, não seria a junção de ambas que transforma e reconfigura a cultura em algo único? Os novos modelos de negócios das gravadoras indie em que combinam o território com festivais de pequeno e médio porte, por exemplo, como forma de atração não valorizariam a comunidade nesta fórmula? Entendemos que sim para todas estas perguntas. Logo, não seria uma questão de priorizar um termo em detrimento de outros, mas sim de utilizá-los nos momentos mais adequados, e/ou combinando-os.

Festivais, por exemplo, importantes modelos de negócios que se tornaram fulcrais para a sobrevivência de várias gravadoras indie, como observado em Portugal nas últimas décadas, seriam, de acordo com Bennett e Peterson (2004, p. 9) uma especificidade das cenas translocais. São eventos em que milhares de pessoas se reúnem em locais e em momentos específicos para celebrar a música, viver experiências. Os selos indie portugueses buscam promover atualmente uma “economia de aglomeração”, ou seja, gerar efeitos positivos pela proximidade de serviços ligados à música em suas localidades, fomentando criatividade e produtividade (Krueger, 2019, p. 269). Por exemplo, alguns dos locais onde esses festivais ocorrem são aldeias, com poucos habitantes, e contrastam vida pacata do resto do ano com alguns dias de movimentação intensa e turismo, impactando direta e positivamente na economia regional.

A *Dansa do Som*, criada em 1984, a partir de concursos de bandas novas no *Rock Rendez Vous* (os Concursos de Música Moderna) é dos exemplos portugueses mais claros. A *Ama Romanta*, além de ter uma comunidade em torno de si no Campo de Ourique, celebrava seus aniversários, no mesmo *Rock Rendez Vous* com as bandas do *cast*. A *Low Fly* fez o primeiro lançamento em 1995 a partir do festival *Cais do Rock*, organizado pelo artista gráfico *Esgar Acelerado*, ao notar que o evento gerava uma efervescência musical tanto na região refletindo-se pelo país. Similares são os casos da *Lovers & Lollypops - Milhões de Festa* (Barcelos) e *Tremor (Açores) - Hey, Pachuco! - Barreiro Rocks* (Barreiro) - e *Revolve - Vai'me a Banda e Mucho Flow* (ambos em Guimarães) – que se mesclam com os eventos que promovem, exercendo influência significativa nas trajetórias dessas cenas e seus elementos culturais associados, conforme destacado por Down et al. (Bennett & Peterson, 2004, p. 164).

Assim, diversas dessas cenas estão intimamente ligadas às suas comunidades usando o território na distinção a outros centros. Muitas utilizam do “tradicionalismo” das suas comunidades como fatores de magnetismo para suas produções ou eventos. Há a celebração do local, da comunidade em torno de uma cena musical que valoriza e ajuda a descentralizar a produção cultural.

Assim, cenas podem ser vistas como sinais de vitalidade urbana e cultural de uma localidade, um reflexo da trajetória dos sujeitos enquanto “cidadãos” e produtores de cultura (Finch, 2015). Essa celebração não significa, no entanto, bairrismo. Pelo contrário, destacar o local é uma forma de se mostrar ao mundo e comercializar sua produção.

A cena musical indie supera o chamado de *fandom*, ou grupos de fãs de música por si só. Essas cenas têm como fundamento a produção musical, tendo por trás atores baseados nas éticas do DIY e do DIT e nos afetos que esse trabalho comunitário incentiva, sendo o gosto em comum, um ponto de partida. Segundo Frith, a música desempenha um papel fundamental na construção do nosso senso de identidade, proporcionando experiências diretas relacionadas ao corpo, ao tempo e à sociabilidade. Tais vivências nos capacitam a nos inserir em narrativas culturais imaginativas (Rossolatos, 2015, p. 635). A importância desses selos observa-se na força e expressão que essa cena ganha devido a eles, ou seja, como o território gera diferentes status a partir de uma gravadora, como vemos, por exemplo em Leiria e a Omnichord Records. Nestas relações, o “lugar e o peso de uma empresa no campo são definidos na relação com todos os outros agentes do mesmo espaço económico” (P. Abreu, 2010b, p. 14).

Conforme Firmino da Costa, ao investigar essas interações nas comunidades e nos territórios que dão origem aos selos indie, busca-se compreender essa expressão musical dentro do contexto cultural e do tecido social (Costa, 2008, p. 3). Já Janotti Júnior & Pires apontam que a configuração do espaço é influenciada pelo reconhecimento desse espaço como um local de pertencimento (2018, p. 146), uma vez que as cenas musicais fundem as características artísticas dos seus participantes com as do território. Até quando desejam renegá-lo como forma de movimento de resistência, de desagravo, reescrevendo o ambiente à margem do *status quo*. LeGates & Stout observam que as cenas emergem como reações às interações nas grandes cidades, que são percebidas como impessoais, superficiais e transitórias (2011). Hesmondhalgh sublinha que essas cenas se caracterizam por sua consideração aos processos de mudanças históricas presentes em uma cultura musical internacional mais ampla. Logo, indie, por sua vez, destaca-se como uma cultura atenta, permeável e vanguardista (2005, p. 27). Selos indie tomam a “função” de ordenar o espaço para que a música feita ali tenha ambientes propícios para a evolução e disseminação. Tiveram que se reinventar enquanto promotores de cultura, tornando-se mais que ‘selos de qualidade’, mas curadores, que, por meio dos seus agentes, possuem legitimidade para tal. Guerra (2022) ressalta que a prática da curadoria musical, à semelhança dessa

atividade em outras áreas, ganha destaque, emergindo como meio de distinção e competição social e econômica entre diferentes agentes (p. 5).

Mas, se falamos de indie enquanto um *gênero* formatado pela sua forma de produção, precisamos refinar uma definição do termo para o seu uso nesta investigação. De acordo com Hesmondhalgh (2005), o termo “gênero” é considerado um sistema de categorização utilizado para analisar as interações entre diferentes grupos sociais e estilos musicais, sendo especialmente útil para identificar nuances de estilos dentro de comunidades específicas, como tribos ou cenários culturais. Ele se baseia nos contributos de Steve Neale (1980) que considera gênero como “sistemas de orientações, expectativas e convenções que ligam texto, indústria e público, em vez de listas taxonômicas de textos” (Hesmondhalgh, 2005, p. 32).

O dicionário Michaelis da Língua Portuguesa define o termo como “conceito de ordem geral que abrange todas as características ou propriedades comuns que especificam determinado grupo ou classe de seres ou de objetos”<sup>21</sup>. Também é traduzido como “modo, maneira de viver de uma pessoa ou de uma coletividade”. O que vai ao encontro da definição acima de Hesmondhalgh. Nas artes plásticas, gênero é “cada uma das categorias de classificação das obras de arte, segundo os diferentes critérios de estilo, época, autor, técnica etc.”. Para Shuker, gênero “pode ser basicamente definido como uma categoria ou tipo. (...) amplamente utilizado para analisar textos de cultura popular” (1998, p. 145). Além disso, gêneros musicais servem como categorias de marketing e quadros de referência para músicos, críticos e fãs. Porém, os limites de gênero devem ser considerados altamente flexíveis. Nenhum gênero existe completamente isolado de seus predecessores, e os músicos frequentemente se apropriam elementos de estilos estabelecidos e os integram em novas formas.

Veremos então que nem sempre uma cena abriga somente um gênero. E daí pensamos que os selos indie, enquanto fomentadores de cenas, fomentam também diversos gêneros. Essas cenas são resultado das constantes movimentações – em diferentes períodos ou ao mesmo tempo. Limitar uma cena por um estilo musical é limitar a visão e as práticas musicais que ocorrem nela. Importa então destacar comunidades onde a diversidade de estilos é a grande marca identitária, como por exemplo, em Portugal, Revolve, em Guimarães; Lovers & Lollypops, no Porto; ou ainda própria Ama Romanta, na década de 1980, identificada como a “comunidade de Campo de Ourique”, sem um

---

<sup>21</sup> <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=g%C3%AAnero>. Acessado em 17/08/2020.

estilo único como característica. A produção representada por elas é abrangente e torna-se fator de união e de coesão entre sujeitos geradores das mais diversas formas sonoras.

Desse modo, a análise de cenas musicais deve ser feita através de vários prismas, sejam eles sociais, políticos, geográficos, comunicacionais, etc., pois só assim é possível ser capaz de visualizar e entender as relações existentes dentro e fora delas, além das conexões entre as músicas produzidas em diversas cenas.

A complexidade, diversidade, fluidez e mobilidade das relações nessas cenas fazem repensar a perspectiva que as cenas musicais indie oferecem. O que era efêmero, findável; de forte, porém, curto impacto, ultimamente tem conseguido ser mais sustentável, possibilitando que uma cena potencialize o que pode vir a ser uma carreira. O conceito de cena é muito útil para entendermos os gêneros musicais e as conexões com o território. Porém, ao constatarmos que o local e o global estão cada vez mais interconectados, torna-se mais complexo dividir cenas em locais, translocais ou virtuais, podendo ser as três ao mesmo tempo e abrigando diversos gêneros. Entende-se que nos tempos atuais as gravadoras indie prosperam em cenas em que essas vertentes se mostram importantes também como forma de sobrevivência e expansão dos negócios.

Com isso, parte-se da concepção de que cena é um grupo de pessoas que compartilham gostos, experiências e práticas em prol da música, estabelecem ligações e relações e o consumo de um ou mais gêneros musicais. Cenas desenvolvem relações com territórios, reconfigurando-os para a aptidão mínima da prática musical, superando a falta de infraestrutura e a precariedade. Porém, temos que avançar com essa concepção para além de “localizamos” ou de determinar o que de uma cena é local, translocal ou virtual. Importa-nos mais perceber em como se dá essa comunhão de agentes em torno da música, ou mais especificamente, em torno de gravadoras indie que se estabelecem em localidades e transformam-se em agentes modificadores de territórios conectando-se com outras ao redor do mundo, ampliando as possibilidades de sustentabilidade e alcance. Ou seja, o selo indie baseia-se em um local, mas com os olhos abertos para o mundo. A cena – ou cenas - entorno deles deixa de ser somente característica do lugar para tornar-se uma plataforma de projetos e de expansão para artistas e bandas.

Assim, é necessário levantar questões acerca dessa concepção e sua aplicação no território português e seus processos de identificação, agregação e disseminação. Importará também mapear de forma macro as principais gravadoras indie portuguesas (de acordo com o recorte temporal já descrito)

para a partir daí, num segundo momento, entender os processos anteriormente citados, principalmente, o da difusão, seus processos de construção de identidades como formas distintivas em relação ao resto do país (inicialmente), do mundo (mais recentemente) e da democratização desta música. O prisma se volta para o que essas cenas geram e em como a partir daí constroem identidades a serem vistas e consumidas pelo público local e externo.

Essas cenas podem se formar em polos econômicos e sociais, em pequenas localidades; pelo tédio ou ainda pela absoluta falta de apoio do poder público e de estruturas locais para a prática musical. Dentro de uma grande ou média cidade, certas localidades (como bairros) podem ser respostas a estes dilemas. Como se vê, é impossível alocar a produção da música indie em “padrões” de conhecimento e catalogá-los sob conceitos rígidos. Ainda mais quando percebemos que o sentido de democratização das gravadoras indie no novo século se torna cada vez mais cosmopolita e com variados e distintos métodos de trabalho. No entanto, Tarassi oferece uma crítica à ideia de cena quando analisamos o papel de uma gravadora em um mundo globalizado.

*[A] perspectiva de cena musical focou nas representações subjetivas e nos discursos dos membros da cena e na construção da identidade e de um sentimento de pertencimento à cena, ao invés de focar nos modos de produção e nas influências políticas e econômicas que podem afetar a cena. A perspectiva da cena musical tende a deixar as questões organizacionais e industriais à parte da análise das práticas do fazer música (Tarassi, 2011, p. 57).*

Mais do que uma celebração do localismo, cenas musicais devem ser encaradas como uma resposta de movimentos juvenis a panoramas de poucas perspectivas e/ou de utilização sustentável do território. Logo, assimilam estilos musicais para seus *habitats* ressignificando-os em algo único. Assim, territórios se transformam em locais de resistência: “Éramos anti-Londres porque ela dominava o país. (...) [Manchester não era] apenas uma capital regional mas uma visão alternativa de como pessoas podiam viver juntas em uma comunidade” (Tony Wilson, manager, Factory Records, como citado em Reynolds, 2009, p. 77).

Segundo Hodkinson, é necessário também se aprofundar sobre os graus de comprometimento desses agrupamentos, para podermos visualizar algum tipo de essência neles ou se são simplesmente movimentos efêmeros. Essa “substância” é vital para uma cena ter relevância dentro de um contexto macro. Para o autor, essa noção de "espírito" implica uma diferenciação persistente do grupo ao longo do tempo, um compromisso duradouro, autonomia em relação a contextos sociais e econômicos mais

amplios, além de uma afinidade compartilhada com outros membros desse mesmo grupo (Hesmondhalgh, 2005, p. 30).

Sobre práticas de significação locais e como forma de distinção, Janotti Júnior diz que a incorporação regional é o ponto de convergência entre as características estilísticas dos gêneros musicais e as adaptações e acordos locais, que abrangem aspectos que vão desde o uso da linguagem até as interações com a sonoridade característica da região.

*Esse esboço permite abordar o rock como um processo, onde a dinâmica está presente nos diversos graus de interação entre comunidade de sentido, cenário e cena, formando assim, práticas significantes diferenciadas de acordo com o peso de cada uma das três instâncias e as capacidades de cada gênero em negociar/apropriar as “práticas significantes regionalizadas (Janotti Júnior, 2001, p. 21).*

Um exemplo notório em Portugal aconteceu na cidade das Caldas da Rainha (cerca de 150 km de Lisboa) na movimentação em torno da Moneyland Record\$ nos anos 1990 que resultou no que a imprensa da época chamou de “Cena das Caldas”. Ou ainda a comunidade em torno da Igreja Batista, no bairro de Benfica, em Lisboa, no fim da mesma década, que foi o nascedouro da gravadora Flor Caveira. Mais recentemente, gravadoras lisboetas formadas pelo que ficou conhecido como “Geração à Rasca” também podem ser vistas através das cenas musicais, uma vez que Cafetra Records, Xita e Spring Toast têm sólidas conexões com a identidade urbana de grupos específicos da capital e têm como base o apoio mútuo, a transformação do local, a convivência etc.

Em contrapartida, temos que combinar concepções de cenas musicais com outros princípios nas histórias de funcionamento de gravadoras como a Low Fly, a Zigur Artists ou Lovers & Lollipops, todas ligadas ao território em que foram ou são baseadas, mas ao mesmo tempo, abertas e conectadas com o que acontece fora dos seus domínios. Ou seja, como dizem Bennett e Peterson “não há uma linha demarcatória entre o que é e o que não é uma cena” (2004, p. 12).

Desse modo, cada gravadora indie é única, assim como as coletividades em torno delas. No entanto, existem características em comum que podemos estudar a luz das cenas musicais. A cena é lugar de partilhas, além de configuração de espaço e sonoridades. O conhecimento é compartilhado entre os membros desta e de outras cenas num processo de democratização de práticas e, ao mesmo tempo, de fomento a novas movimentações musicais. “Uma cena é onde se aprende um monte de coisas” (Mike Watt, músico, Minutemen, como citado em Azerrad, 2001, p. 66). As cenas são espaços de inovação e de avanços estéticos.

Gravadoras indie são instrumentos de revitalização de espaços e de “construção de identidades culturais e urbanas” (Abreu, 2015a, p. 44). Com isso, territórios são microcosmos da música onde são vistas dinâmicas que muitas vezes se repetem e se espelham em outras, porém, com identidades e sonoridades diversas. Esses *music worlds* muitas vezes acabam tendo suas fronteiras alargadas e se expandindo para além da cidade, tornando-se mais “nacionais” também com vistas para o mercado externo.

*[A]s cenas musicais locais estão não apenas associadas a comunidades urbanas que desenvolvem estilos musicais associados aos seus modos de vida e às suas identidades, mas articulam-se com a indústria da música, multiplicando os emissores dos seus campos sonoros e oferecendo canais de difusão que ultrapassam as fronteiras dessas comunidades e das próprias cidades (Abreu, 2015, p. 45).*

O que vai ao encontro do que diz De Nora:

*Em suma, a música está ligada às características corporificadas da experiência e ao fluxo de sua organização social. Em conjunto com outras características do espaço, ele pode estar ligado a modos de ação identificáveis particulares (De Nora, 2003, pos. 2253).*

Surgem expressões próprias que serão influenciadas também pelo modo em como estas comunidades se comunicam e querem ser divulgadas. São amplamente comprometidas para a modificação do espaço para a produção e a prática musical a partir das práticas do DIY e do DIT.

Em cenários virtuais e mesmo nestes, negar o senso de territorialidade no indie seria um erro. Segundo a autora, mesmo com a internet não podemos aferir que a música está desassociada das noções de localidade ou localização. Em tempos conectados, os conceitos de pertença a um território continuam significativos para o entendimento dos indivíduos enquanto sujeitos, cidadãos e produtores de cultura (Kruse, 2010, p. 637). Ao longo dos anos, especialmente desde a década de 1980 e início da década de 1990, a internet emergiu como um elemento crucial na promoção, disseminação e consumo de música independente (Kruse, 2010, p. 625).

Maffesoli fala de “territórios simbólicos” e nos afetos que os ligam, pela inexistência do “lugar” nessas relações: “redes esotéricas ou informáticas cujo elo essencial, substancial, é a divisão de uma paixão comum, de emoções coletivas e isso, num âmbito de interação, de reversibilidade, cujo motor é a fraternização” (Maffesoli, 2014, pos. 1750). Ainda segundo o autor, não é porque esses agrupamentos não se dão – na sua maioria – de formas “físicas” – que seriam menos reais.

Maffesoli (1998) também se refere a “aldeias” que se expandem para além das metrópoles na pós-modernidade. No caso de Portugal, na ausência de grandes concentrações urbanas – tendo somente duas cidades consideradas polos como Lisboa e Porto – as demais urbes são palcos para a descentralização. O local ganha um “rosto”, se insere em um mapa cultural maior, tem valor dentro da “competição urbana” e se faz reconhecido pela música. Os selos indie estão inseridos na valorização dessas localidades, fazendo muitas vezes o papel que caberia ao poder público, como por exemplo, o de revitalização e aproveitamento de espaços urbanos.

Conforme mencionado pelo produtor Steve Albini<sup>22</sup> (Sinker, 2009), o caráter regional das cenas musicais é inevitável devido ao fato de que as pessoas com quem interagimos com mais frequência são aquelas de nossa própria cidade, e aqueles com quem temos mais em comum são com quem compartilhamos experiências. No entanto, essas cenas regionais não se limitam a fronteiras geográficas, mas sim a fronteiras filosóficas.

A participação numa cena requer comprometimento, dedicação e conexão com demais membros desta e de outras espalhadas pelo mundo. Envolve também, como afirma Straw, tipos diferenciados de consumo:

*Como os relacionamentos são cultivados por meio da participação na cena musical, o componente temporal do envolvimento serve tanto como base para orientação, como canal para a mediação da experiência e como extensão do que foi originalmente imaginado, ou esperado, desde a primeira entrada. A partir de uma experiência inicial na companhia de outros que pensam do mesmo modo, existe a possibilidade de aprofundar os laços comunitários e a ligação ao lazer em conjunto, facilitando aspectos da identidade pessoal e social (Harmon & Scott, 2017, p. 591).*

No entanto, é vital lembrar que ao falarmos em revitalização e *reimaginação* do espaço urbano por parte das gravadoras indie, de maneira nenhuma estamos situando-as dentro das práticas da gentrificação recorrente em grandes cidades pelo mundo. Ao contrário, ao reconfigurar cenários, as gravadoras indie por meio do incentivo à prática musical (seja através de fonogramas, concertos ou festivais) valorizam o local, numa mescla entre a inovação, o combate à precariedade e a conservação de sinais distintivos. O que se busca é tornar o espaço urbano tornando-o mais aberto à diferença e à experimentação através da possibilidade de criar meios próprios de entretenimento e cultura. Cenas musicais igualmente existem como rupturas contra o tradicionalismo e o formalismo. São como

---

<sup>22</sup> Produtor de álbuns de bandas como Pixies, Nirvana, Superchunck, entre outras.

incubadoras de forças sociais e de vidas coletivas (Stahl, 2014) desejadas por indivíduos que pretendem emular de alguma forma nesses locais o que leem e veem acontecer em outras localidades.

Como aponta Stahl (2014, p. 11), uma cena é um espaço cultural que abrange diversas instituições, como bares, cafés, universidades e clubes, que juntas proporcionam uma interseção geradora de diversos fenômenos sociais e culturais, desde cinema e teatro até música. Nesse contexto, uma ampla variedade de atividades desempenha um papel fundamental ao informar, influenciar e cultivar umas às outras de maneira produtiva.

As agitações em torno da música, e neste caso, da produção à margem do mainstream, têm diversas amostras de territórios periféricos, pequenos, polos de contestação aos centros urbanos. A história do indie é rica em cenas musicais localizadas em cidades afastadas das grandes metrópoles urbanas ou em localidades até então não reconhecidas pelas suas produções culturais. Referências não faltam como o *pós punk* e o indie de Manchester, nos anos 1980 - sem o qual poderíamos dizer que esta pesquisa não existiria - e logo depois a *acid house*, na mesma cidade, ao fim da década; o *grunge* de Seattle, nos anos 1990; a cena *techno* de Detroit, também nos anos 1990; o *post rock* islandês, já nos anos 2000; entre outros exemplos. E mesmo nas grandes cidades, bairros ou comunidades fora de eixos culturais, foram e continuam sendo responsáveis pela proliferação de novos tipos e novas formas de se tratar a música, como o movimento *No Wave* em Nova York ou o *hardcore* em Washington D.C., nos Estados Unidos.

Portugal também apresentou ao longo das últimas décadas núcleos de contestação e de produção cultural independentes. Um dos primeiros a ganhar destaque, e primordial para movimentos subsequentes, foi a vista nas Caldas da Rainha<sup>23</sup>, logo após as movimentações observadas em Braga e Coimbra, em meados da década de 1990, a já referida “Cena das Caldas”. Influenciada pelo rock estadunidense dos anos 1980 e 1990, foi uma reação ao no *rock* “puramente” em português, centrado na capital e que monopolizava palcos e espaços na imprensa local.

*Nem sempre a história do rock acontece nos grandes centros. (...) E, em Portugal, aconteceu a mesmíssima coisa com a chamada cena das Caldas da Rainha. Apesar de ser uma cidade pequena, havia muitas bandas a agitarem a cena local e até a encontrar alguma projeção nacional (Rui Miguel Abreu, jornalista, como citado em Ferreira & Clérigo, 2015).*

---

<sup>23</sup> Cerca de 100km de distância de Lisboa.

As movimentações acima citadas foram resultado direto da abertura crescente de Portugal ao mundo, a partir da década de 1980, da chegada da MTV, já nos anos 1990, do aumento da oferta de programas musicais nas rádios e nas TVs: “a era em que nasceu a indústria fonográfica em Portugal” (Rui Miguel Abreu, jornalista, como citado em Ferreira & Clérigo, 2015).

As descobertas de Spring (citado em Bennett & Peterson, 2004), em seu estudo sobre a cena rave em uma cidade dos Estados Unidos, destacam a importância das relações comunitárias tanto entre os membros da comunidade quanto com o território. A cena de Ruston, usada nos estudos, se dá com a contribuição de indivíduos voluntários enquanto trabalhavam em empregos em tempo integral. Spring destaca que a mencionada cena não apenas floresceu, mas também ganhou destaque tanto em âmbito regional quanto nacional, graças a esta participação ativa de diversos atores, que iam além dos músicos e incluíam proprietários de bares, frequentadores de clubes, DJs, promotores, agentes policiais, bombeiros, políticos e até mesmo traficantes de drogas. Ou seja, todos os envolvidos de alguma maneira naquela movimentação.

Em outro exemplo, para entender a produção local de *punk* em Austin, nos Estados Unidos, Shank (1994) deu especial atenção a como tradições culturais locais se integraram a novos estilos, representando hibridismos que ilustram tendências de mesclas globais e locais das cenas musicais dentro de éticas DIY e DIT. Nesse sentido, Guerra (2011) destaca que a interação com a música é mediada por processos sociais que se inserem nela, possibilitando que as manifestações musicais locais sejam impactadas por influências de fenômenos nacionais e globais. A criação e o fomento de uma cena musical são posições políticas, movimento de resistência. Kruse (2010) destaca que, dado o forte vínculo da música indie com espaços geográficos específicos, a compreensão dela em relação à identidade local assume grande importância. Subjetividades e identidades são moldadas, transformadas e preservadas em localidades caracterizadas por fronteiras geográficas, redes de relações sociais, um sentido de história local e em contraste com outras localidades.

François Mouillot (2018), em um trabalho sobre a Constellation Records, gravadora indie canadense, aproveita para falar sobre o impacto da música independente em Montreal, Canadá, na primeira década do novo século, especificamente no bairro de Mile End:

*[O]s espaços no Mile End, que antes eram sótãos industriais e foram transformados em espaços “faça você mesmo”, estúdios de gravação ou pontos de encontro de artistas ao longo dos trilhos de trem da Ferrovia Nacional Canadense, frequentemente formam o cenário da maioria das histórias sobre a música independente em Montreal*

*e o selo costuma ser associado à criação do “som pós-rock de Montreal” (Mouillot, 2011, p. 342).*

O fato de Montreal ser geograficamente “isolada” e não ser um destino comum de turnês que passam pelo país, segundo o autor, obrigou a cidade a criar um polo autossuficiente e autoidata de cultura.

*Quando começamos a Constellation havia muito pouca infraestrutura em Montreal, isto é, não havia locais para tocar (ou tocar com facilidade), não havia estúdios, nenhum selo de gravadora para mencionar, ou ao menos nenhuma gravadora que estivesse lançando alguma coisa na qual estivéssemos interessados (Ian Ilasvsky, manager, Constellation Records, como citado em Mouillot, 2011, p. 346).*

A cena musical de Montreal, ou as cenas musicais da cidade, se viram também em acordos com o poder público local como fator de fomento financeiro e forma deste usar a cultura praticada ali como ferramenta de marketing para atrair turismo e mais investimentos para a região. Como reafirmamos, cenas musicais revitalizam regiões e ressignificam paisagens.

A neozelandesa Flying Nun, surgida em 1981, é outro exemplo emblemático de gravadoras indie em mercados periféricos, o contato com territórios afastados e a relação com iniciativas privadas e públicas. O selo, baseado na cidade de Christchurch, abrigava bandas e artistas de outras partes do país como Wellington, Auckland e Dunedin. A Flying Nun se notabilizou como um polo local exportador de música, criando estreitas ligações com outras cenas pelo mundo, principalmente no Reino Unido.

*Durante toda a década de 1980, o selo dependeu de boas pessoas como aqueles que se voluntariaram para ajudar a colar capas, colocar discos dentro delas, coordenar pedidos e enviá-los para lojas. A motivação delas vinha pelo simples desejo de ajudar com alguma coisa que era importante para elas (Shepherd, 2016, p. 73).*

Havia nestas cenas, além do sentimento de pertença e de comunidade, a necessidade de autoajuda para que uma localidade tão afastada dos grandes centros pudesse ter seu valor musical e sua expressão cultural reconhecidas, interna e externamente. Nestes casos, é comum a categorização de bandas e gravadoras em torno de um termo que as sintetizem. Rótulos para o rápido consumo a produção musical dessas cenas, como se as bandas e artistas delas pudessem ser colocados dentro de um mesmo padrão. Em muitos casos, quase a totalidade, acaba se tornando estereótipos em que pouco podem explicar a profusão artística daquela cena.

*O “Dunedin Sound” foi apenas um rótulo conveniente para algo complexo e difícil de descrever. Não havia realmente um som único. Havia sons, e eles eram diversos,*

*empoderados pela miríade de influências e estilos que se misturavam e emergiam das bandas (Shepherd, 2016, p. 89).*

O suposto isolamento de certas cenas e gravadoras pode vir a se transformar em vantagem hoje em dia. Quanto mais distantes geográfica e culturalmente dos chamados “grandes centros”, têm mais chances de se desenvolverem nos seus próprios termos afigurando influências externas. Ultimamente, num mundo cada vez mais conectado e com fronteiras culturais menos rígidas, essas especificidades estéticas se tornam moeda de valor na competição entre cenas e países. O que antes era um complicador, à distância se torna algo “exótico” e cada vez mais distintivo.

Nick Prior, no seu estudo sobre movimentações musicais na Islândia, analisa a relação entre a efervescência cultural e as pequenas dimensões do país, no que também podemos fazer um paralelo com Portugal. Esses processos despertam e intensificam o senso de pertencimento e de diferenciação entre as cenas, cada uma produzindo tipos de capital simbólicos específicos, usando o “isolamento” como fator “exótico”, despertando a curiosidade para realidades distintas. Trabalham o local fazendo com que a língua também se torne um atrativo, como pode ser visto com a banda Sigur Ros.

Outra cena famosa, voltando aos anos 1990, foi o *grunge* de Seattle que influenciou diretamente na explosão da chamada *música alternativa* no período, alavancando carreiras de milhares de bandas indie pelo mundo na esteira do sucesso de grupos como Pearl Jam, Soundgarden, Alice in Chains e, principalmente, o Nirvana. O distanciamento geográfico e artístico de Seattle permitiu àquelas bandas desenvolverem uma cultura própria, uma vez que turnês dificilmente passavam pela cidade. Para poderem fugir da realidade que viviam moldavam costumes musicais específicos. “As pessoas faziam discos inteiramente para agradar a si mesmas porque não havia mais ninguém para agradar, não havia ninguém prestando atenção em Seattle. Era como uma pequena cultura germinando de forma isolada” (Yarm, 2011, p. 14).

Desse modo, assegura-se que cenas musicais são fluidas, muitas vezes não organizadas, algumas não ortodoxas, pois trata-se de coletividades cercadas por fronteiras flexíveis e de trânsito constante entre seus participantes. São palcos de experimentação e liberdade artística assim como para a conexão com o território onde estão localizadas. Ou até uma reconexão em seus termos, através de hábitos inovadores, como forma de resistência ao status quo e/ou pela necessidade de construção de novas identidades. Isso, porém, não as livra de serem complexas e sem disputas internas e hierárquicas. São tentativas de fundação de novos ambientes onde o que impera atualmente é a

necessidade de trabalhar e disseminar talentos, ressignificar o território, ser criativo e desenvolver modos sustentáveis de entretenimento e de novas carreiras.

## 2. TRAJETOS COM PARAGENS NA INDEPENDÊNCIA MUSICAL

*Para nós, as gravações são as maneiras pelas quais nos mantemos em contato com fantasmas – preservando não apenas as vozes dos mortos, mas também as ideias descartadas e remanescentes de quem somos e o que queremos (Milner, 2009, p. 25).*

### 2.1. OS GRANDES MARCOS DA INDEPENDÊNCIA MUSICAL E DA MÚSICA GRAVADA

Apesar de situarmos as gravadoras indie como tendo sua gênese, ou pelo menos o início desta concepção, para o fim da década de setenta - após o impacto causado pelo lançamento do EP *Spiral Scratch*, da banda inglesa Buzzcocks, em 1977 – as noções de independência acompanham a música gravada<sup>24</sup> desde o surgimento das primeiras companhias discográficas. Esta forma de autonomia conferiu aspectos vanguardistas ao setor e esteve, desde o começo da indústria fonográfica, envolvida nas grandes revoluções acontecidas nela. Como refere Crossley:

*gravadoras independentes existem desde que existem discos. E existiram períodos, anteriores ao punk e ao pós-punk, quando eram dedicadas integralmente à inovações na música popular, dando suporte a novos estilos e artistas a quem as majors, largamente conhecidas por seus conservadorismo e aversão ao risco, ignoravam (2015, p. 225).*

A música independente, segundo Cano (2023) existe desde 1915, quando nos Estados Unidos pequenos empresários lançavam propostas musicais alternativas às três companhias que na época controlavam o mercado fonográfico, como Edison, Columbia e Victor. E desde então selos independentes usualmente se posicionaram como plataformas para a inovação (Peterson & Berger, 1975). Essas gravadoras operavam como “farejadores” de novos talentos, o “garimpo” de novos artistas, para posteriormente serem contratados pelas majors depois de comprovado o potencial para bons resultados comerciais. Basicamente, era assim que a relação major/independente se dava até o último terço do século XX. Nesse ambiente, estilos como o *rock n’ roll*, se desenvolviam nos pequenos selos. Como dizem Cook et al, o

*[r]ock n’roll foi atrelado pela primeira vez não nas suítes executivas da RCA ou EMI, mas por selos regionais independentes como Vee-Jay Records, o selo de Chicago fundado pela equipe de marido e mulher Vivian Carter e James Bracken que foi o*

---

<sup>24</sup> Chamar de indústria musical talvez incorra no que Williamson e Cloonan (2007) argumentam que possa ser uma interpretação generalista. Uma vez que esse universo não é homogêneo (Bowsher, 2015) e haveria várias indústrias musicais. O que vai ao encontro que falamos aqui quando citamos majors, independentes, indie e etc.

*primeiro selo para lançar os Beatles nos EUA (Capitol, o braço estadunidense da gravadora britânica dos Beatles, EMI, recusou), e a Sun Records de Sam Phillips em Memphis, Tennessee (Cook et al., 2009, p. 4751).*

Em meados da década de 1950, com mudanças na legislação estadunidense (Ogg, 2009), estações de rádios se proliferaram por todo os Estados Unidos e com isso abriram-se novos meios de divulgação para as pequenas gravadoras. Com mais estações, era necessário mais material para preencher as programações e o emergente *rock n' roll*, até então promovido majoritariamente pelos selos independentes e, com o crescimento da popularidade, surgia como alternativa para tal. Assim, gravadoras independentes proviam o conteúdo às rádios que levavam aos ouvintes o que de mais moderno havia na música, enquanto as majors se fixavam em apostas de vendas garantidas e sem riscos. Autores como Peterson & Berger (1975) argumentam que o entusiasmo com que novidades como o *rock n' roll* era recebido seria a prova de que havia um público ávido por inovações artísticas a despeito das tentativas do grande mercado em demarcar gostos e estilos. Nos anos 1950 e 1960, não coincidentemente ao passo da expansão do *rock n' roll*, as independentes se proliferavam e até o início dos anos 1990 foram responsáveis por praticamente 50% dos singles na parada dos cem mais vendidos da revista estadunidense Billboard<sup>25</sup> (Bowsheer, 2015). Mesmo com vínculos com majors, os selos independentes comumente demonstravam posturas de vanguarda em relação aos avanços tecnológicos e suas implicações no mercado. Por exemplo, a mudança da goma-laca para o vinil em 1948 nos Estados Unidos, permitiu à indústria comercializar fonogramas através dos correios. Rapidamente as pequenas gravadoras perceberam o potencial aberto pelo novo formato para expandir as vendas.

Outro marco da independência musical foi o surgimento da fita magnética<sup>26</sup> que, além do aspecto comercial, proporcionou uma revolução na cultura fonográfica (De Marchi, 2008). Com ela, foi possível a manipulação e a expansão da produção musical, impactando no surgimento dos primeiros estúdios caseiros. A vertente portátil (e mais barata), a fita cassete, criada em 1963, causou grande

---

<sup>25</sup> <https://www.billboard.com/>. Acessado em 30/06/2022.

<sup>26</sup> A ideia de gravação magnética já era considerada como alternativa desde 1878, conforme destacado por Masters (2023). Nessa época, durante uma visita ao laboratório de Thomas Edison, o engenheiro mecânico Oberlin Smith ficou intrigado com o potencial da invenção do fonógrafo, mas também identificou uma de suas falhas: durante a gravação, o atrito entre a agulha e o disco introduzia ruído. Na busca por uma solução, Smith imaginou transferir o sinal elétrico para um objeto magnético realinhando seu magnetismo, um processo que não demandaria contato físico. Mesmo com suas reflexões e esforços, Smith não conseguiu desenvolver essa ideia muito além das fases iniciais de concepção (Masters, 2023).

impacto sobretudo nas culturas juvenis dando a chance da reprodução em massa de fonogramas, sendo fundamental na disseminação de culturas independentes com a proliferação fitas demo<sup>27</sup>.

O meio independente foi moldado através de experiências e tentativas de ser alternativa ao mercado restrito e regido pelas majors. Assim, gravadoras independentes sempre foram meios vitais de democratização e de disseminação de culturas locais. Kruse (2010) explica que o advento do fonógrafo e a crescente popularidade da música gravada no início do século XX permitiram que a música de diferentes cidades estadunidenses fosse registrada, distribuída e comercializada por todo o país. Como resultado passou-se a reconhecer e apreciar a existência de sons e identidades musicais locais distintas. Isso contribuiu para o fortalecimento da percepção de expressões regionais e para o surgimento de uma consciência mais generalizada entre os ouvintes da variedade da música nacional.

*Ao redor delas, forma-se uma comunidade que compartilha um gosto e desenvolve práticas específicas, influenciando a forma como um gênero é compreendido e discutido. Elas são uma ferramenta chave de promoção para grupos e gravadoras, utilizando-as para atingir seu público-alvo, tornando-se assim o espaço onde significados são negociados e consolidados (Olmo, 2023, p. 21).*

Deste modo, será importante neste capítulo contextualizar a presença dos selos independentes dentro da história da música gravada e a importância que tiveram ao inovarem e se aproveitarem de momentos-chaves dessa linha temporal para criarem alternativas ao mercado. Assim, teremos uma visão mais clara e abrangente das influências e do papel das gravadoras indie dos anos 1980 em diante.

Logo, importa aqui visualizar e analisar momentos cruciais da história dos formatos fonográficos, considerando o papel da independência musical marcado por revoluções, inovações e adaptações. Verificaremos as relações entre as gravadoras independentes e as grandes corporações e como essas ligações se transformam a partir dos primeiros selos indie no fim dos anos setenta. Da mesma forma, observaremos a expansão comercial do indie na década de 1990 após o que chamamos de “efeito Nirvana”: a busca desenfreada das majors por artistas e bandas em pequenos selos após o sucesso inesperado da banda de Seattle com o segundo disco, Nevermind, em 1991, o primeiro por uma major, a Geffen Records<sup>28</sup>. Nesta época, é cunhado pela grande mídia o termo “rock

---

<sup>27</sup> Fitas demo ou *demotapes* é a abreviação de fita de demonstração e se trata de uma gravação de uma música ou mais que artistas utilizam para chamar a atenção de gravadoras e produtores. Recebe esse nome também, pois, inicialmente, eram basicamente produzidas em fitas cassette.

<sup>28</sup> <https://www.interscope.com/artists/geffen/#/>. Acessado em 20/12/2022.

alternativo” para identificar artistas que poderiam ser – de fato – uma alternativa à música *mainstream*, mas que, na verdade, eram basicamente bandas contratadas por majors ou formatadas por elas para emular estéticas próxima a do indie.

Também é importante descrever a situação de caos e subversão observada no mercado fonográfico após a popularização da internet e da troca gratuita de arquivos musicais pela via online popularizada nos anos 2000. Com impactos sentidos até hoje pela indústria, abriram-se novas possibilidades para gravadoras indie em direção à expansão sustentável através de condutas mais profissionais e menos românticas face ao mercado. Ao mesmo tempo, não as livraram de conflitos e de ter que se reinventar em uma nova realidade desmaterializada - uma “re-oligopolização das grandes gravadoras” como diz Crossley (2015) - sendo mais que gravadoras, mas verdadeiras pequenas empresas com investimento em diversos modelos de negócios.

Este cenário provocou novos tipos de relações com o território, valendo-se deste para se destacarem num universo pulverizado em que a produção e distribuição musical ficaram ao alcance de todos. Então, será traçada uma linha do tempo da música gravada – mas sem querer recontar uma história já descrita por diversos autores - e suas inovações, percalços e os caminhos que foram tomados fazendo sempre um paralelo com os independentes/indie e suas contribuições nessa cronologia. Isto, porém, nem sempre ocorreu de forma linear, uma vez que mudanças nesse setor, e na tecnologia em geral, não se dão de forma homogênea.

Nesse sentido, praticamente toda fase de inovação ou transformação na indústria fonográfica está ligada ao desenvolvimento de uma tecnologia em especial. O que se destaca é a capacidade que o mercado indie (ou o independente) teve de se adequar e descobrir meios de entender o que se passava e de se expandir. Foi assim, por exemplo, com o single de sete polegadas quando do surgimento do vinil, o cassete, depois o mp3, a troca digital de arquivos musicais e a desmaterialização via *streaming* e de plataformas como o Bandcamp e Spotify já no novo século.

Como dizem Felipe e Martins (2016, p. 802), a emergência de inovações detém o potencial significativo de exercer influência sobre as estruturas econômicas e institucionais de empresas, setores industriais e, inclusive, pode repercutir no sistema econômico em sua totalidade. Ao longo da história, a indústria da música passou por diferentes fases, cada uma delas geralmente associada a uma tecnologia específica. A busca por inovações visava melhorar a qualidade da gravação e reprodução musical, reduzir os custos de produção e distribuição, e envolveu não apenas as gravadoras, mas

principalmente empresas de outros setores, como eletrônicos e tecnologias de informação e de comunicação.

A inovação pode gerar possibilidades, novos mercados e novos consumidores, no entanto, também despertam a atenção das majors que articulam métodos para abafar qualquer tentativa de ameaça ao seu oligopólio, como visto com as plataformas de *streaming* na última década. De acordo com Felipe & Martins (2016), é possível observar que uma inovação, ou mesmo um conjunto delas, possui o potencial de ter efeitos significativos em uma indústria, setor ou mercado em sua totalidade. Essas consequências não se limitam apenas aos aspectos econômicos, mas também se estendem ao âmbito social e institucional, incluindo leis, regulamentos e padrões de consumo. Essas transformações ocorrem de forma não linear e representam rupturas em relação ao estado anterior, desencadeando reações que não se restringem apenas a áreas específicas e adaptativas, mas que promovem mudanças profundas em toda a economia.

Precisamos lembrar que a música não precisa estar em um estado físico ou sequer ser gravada para ser “música” ou mesmo para ser comercializada (Arditi, 2014). Torna-se produto no fim do século XIX a fim de mercantilizar a produção criativa de artistas, resultando em algo com valor socialmente construído (Appadurai, 1986). A prensagem em alta velocidade chegava em meio a revolução industrial e a música era “materializada”, física, mercadoria. Até então, a música não existia enquanto formato, sendo uma “experiência comunitária”, uma prática social (Gracon, 2010) em que pessoas compravam partituras ou contratavam músicos para executá-la. Antes das possibilidades de gravação e de reprodução, “era impossível dissociar a música de seu contexto social”, (...) [Não era possível] “ter” música, só ouvi-la em determinados eventos ou lugares. Quando um concerto ou uma apresentação acabava, a música “tornava-se uma memória” (Byrne, 2014, p. 208).

Conforme Losa (2013), a adoção generalizada dos padrões de consumo de música facilitados pela tecnologia de gravação e reprodução sonora desencadeou uma interligação entre os aspectos comerciais, econômicos e culturais. Além do estabelecimento de estruturas que garantem a sustentabilidade econômica desse mercado, como a produção industrial e as empresas fonográficas, as lojas de discos exerceram um papel fundamental na mediação entre a produção e o consumo. A gravação de uma variedade de conteúdos fonográficos e sua distribuição local assumiram uma importância central para o surgimento e o desenvolvimento de práticas culturais relacionadas à música gravada em diversos contextos (Losa, 2013, p. 99).

A história da fonografia (Hesmondhalgh & Meier, 2018) começa a ser escrita em Paris, no dia 25 de março de 1857, quando o então bibliotecário e tipógrafo francês Édouard-Léon Scott de Martinville patenteou na Academia Francesa de Ciências, o mais antigo dispositivo de gravação sonora que se tem conhecimento, o fonógrafo (Murphy, 2015). Três anos mais tarde, em abril de 1860, de Martinville concluiu a primeira gravação de voz humana feita sobre uma superfície de vidro que, como diz Murphy (2015), profeticamente, não declamou um texto, mas entoou uma canção: *Au Clair de la Lune*, tradicional composição infantil francesa<sup>29</sup>. Em 1874, Alexander Graham Bell, em Ontario, Canadá, construiu uma cópia do fonógrafo, já visando as possibilidades comerciais das máquinas sonoras.

Para Gracon (2010), a música começou a se tornar um “produto”, matéria, após Thomas Edison patentear o fonógrafo, em 1878, inventado por ele um ano antes. Edison, parcialmente surdo, fixou uma agulha no diagrama de um telefone usando-a como um cilindro giratório para gravar ondas sonoras. Em 1877<sup>30</sup>, o protótipo do fonógrafo gravaria a voz humana após o próprio Edison declamar uma poesia infantil chamada “*Mary Had a Little Lamb*” (Milner, 2009, p. 7). O fonógrafo representou o verdadeiro início da era do som gravado, substituindo “os prazeres compartilhados da era vitoriana nos palcos e salas de música pela satisfação solitária de um mundo particular de som” (Milliard, 1995, p. 1).

Depois de introduzir a cera como matéria prima de gravação, aprimorando a qualidade dos registros, Edison idealizou e comercializou várias “cabines” como forma de capitalizar em cima de sua invenção. Nelas, pessoas pagavam para ouvir sons gravados por elas mesmas “um paradigma que mais tarde incorporou imagens em movimento e ficou conhecido como *nickelodeons*” (Gracon, 2010, p. 39). Para Byrne, os primeiros fonógrafos funcionavam como plataformas hoje como o YouTube: sujeitos gravando e reproduzindo som caseiros. “Compositores passaram até a gravar suas performances e depois tocar junto consigo mesmos” (Byrne, 2014, p. 84). A indústria logo se interessou pelo fonógrafo e por suas possibilidades comerciais e surgiram as primeiras companhias fonográficas: a National Phonograph Company (do próprio Edison); a Columbia Phonography Company; e a Victor Talking Machine Company.

---

<sup>29</sup> Para mais informações <http://www.firstsounds.org/sounds/scott.php>. Acessado em 25/08/2020. Ouça em <https://www.youtube.com/watch?v=7YhTwR5qB3E>. Acessado em 25/08/2020.

<sup>30</sup> Não há indícios que ambos conhecessem a pesquisa do outro. Um francês chamado Charles Cros também teria desenvolvido a ideia de um fonógrafo (inclusive dando o mesmo nome), mas não teria ido adiante por falta de recursos (Ogg, 2009).

*Essas “três grandes” empresas dominaram a indústria inicial porque eram grandes o suficiente para fabricar e comercializar seus produtos em grande escala, financiar laboratórios de pesquisa e controlar quase todas as patentes importantes para máquinas falantes e registros (...). Por causa dos gostos de alta cultura dos homens donos dos “três grandes”, a música fabricada e produzida por suas gravadoras refletia tais valores (...), significando que nos primórdios da indústria fonográfica, aqueles que tinham o controle dos meios de produção material também influenciaram a produção ideológica da época (Gracon, 2010, p. 39).*

Após anos pesquisando a máquina de Edison, Graham Bell chegou ao graphophone em 1886 (Milner, 2009), uma variação do fonógrafo feita de cilindros de cera com “um estilete flutuante e tubos de estetoscópio para uma escuta mais clara” (Murphy, 2015, p. 8). É com a venda da patente do graphophone para Edward Easton, fundador da Columbia, que, para Murphy (2015), inicia-se o que conhecemos hoje como a indústria fonográfica, ao menos simbolicamente. Assim, Easton tornava-se “o primeiro produtor musical da indústria fonográfica” (Murphy, 2015, p. 8).

Em 1888, Emile Berliner demonstrou um novo modelo ao mundo, o gramofone (não confundir com o graphophone, de Graham Bell), que ao invés de cilindros, trabalhava com discos mais fáceis e baratos de serem produzidos e comercializados (Milner, 2009). O protótipo foi apresentado sob o nome “O Gramofone, gravando a voz humana”, prevendo que “cantores, locutores ou performers poderão receber dividendos de royalties<sup>31</sup> pelas vendas de seus fonogramas e valiosos discos poderiam ser editados e registrados para proteger contra publicações não autorizadas” (Murphy, 2015, p. 12). A vantagem do protótipo de Berliner sobre o fonógrafo era que seria possível fazer várias cópias de um fonograma a partir de uma só master<sup>32</sup>. Assim como Edison anos antes, Berliner criou pequenos quiosques para que pessoas pudessem fazer e ouvir suas próprias gravações (Milner, 2009). “Outro movimento inteligente de Berliner foi recrutar um engenheiro de som com uma vasta cultura musical, Fred Gaisberg - possivelmente o primeiro grande A&R dos anos iniciais da indústria musical” (Milner, 2009, p. 13). Naquele momento, a música, segundo Murphy (2015), não era mais algo “mítico”, mas sim informação que poderia ser armazenada e difundida.

Para McLuhan (1996), o fonógrafo foi objeto de diversas concepções equivocadas, evidenciadas por um de seus primeiros nomes, o gramofone. Inicialmente, era considerado como uma

---

<sup>31</sup> Royalties são a quantia paga em dinheiro ao proprietário da peça em questão pelo direito do seu uso, exploração e comercialização. De acordo com Passman, a Lei de Royalties foi desenvolvida na Lei de Direitos Autorais de 1909 e se referia a pagamentos por dispositivos “servindo para reproduzir sem mecanicamente” (2021, p. 215).

<sup>32</sup> A gravação de um fonograma que será a base para as demais reproduções.

forma de escrita auditiva, relacionada à ideia de gramática e letras. A noção de que se tratava de uma “máquina falante” ganhou popularidade. Thomas Edison levou tempo para resolver esse problema, pois acreditava que o aparelho deveria funcionar como um tipo de “repetidor telefônico”, ou seja, como um armazém de dados obtidos por meio do telefone. Isso permitiria que o telefone fornecesse registros valiosos, em vez de ser apenas um meio de comunicações momentâneas e efêmeras. Segundo o autor, a recente invenção do telefone já tinha o poder de influenciar o pensamento em outros campos. Consequentemente, o reproduzidor de discos foi concebido como um registro fonético das conversas telefônicas, o que levou aos nomes de “fonógrafo” e “gramofone” (McLuhan, 1996, s/p).

No fim do século, em 1893, Leon Douglass<sup>33</sup>, funcionário da Victor Talking Machine Company, desenvolveu uma máquina capaz de tocar discos em troca de moedas, a jukebox (Murphy, 2015, p. 22). A invenção foi apresentada na Feira Mundial de Chicago, no mesmo ano, com a instalação de cem aparelhos para o uso do público. Segundo Milner, no entanto, as primeiras gravações disponibilizadas comercialmente surgem somente em 1901 pela mesma Victor Talking Machine Company, assim como uma nova versão do gramofone de Berliner. A popularização aconteceu de forma muito rápida. Os discos tinham enormes vantagens em relação aos cilindros: eram mais leves, baratos, fáceis de serem produzidos, mais duráveis e podiam armazenar quatro minutos de música contra dois do cilindro (Milner, 2009, p. 37).

De acordo com De Nora (2003), a chegada do fonógrafo e a ideia relacionada de colecionar discos tiveram um efeito significativo nas oportunidades de vivenciar a música como consumidores. Especificamente, esses artefatos proporcionaram novas e mais profundas formas pessoais de experimentar tanto a música profissional quanto o “amor pela música”.

O disco vence o que Gracon chama de a primeira guerra de formatos da indústria fonográfica que se tem notícia (2010). Fato que fica claro quando da criação da vitrola no começo do século XX. Com o sucesso do formato, já em 1910, as vendas do aparelho da Victor alcançavam quase a marca de 100 mil unidades (94,557) (Gracon, 2010). “A Vitrola, lançada pela Victor Company em 1906, foi projetada como uma peça apresentável de mobiliário de madeira para ser colocada em casa” (Gracon, 2010, p. 40). O aparelho - de uso doméstico, verdadeira peça de decoração - similar ao que

---

<sup>33</sup> Douglass foi quem criou o icônico logo da Victor com um cachorro e um gramofone e o slogan “His Master Voice” que se tornou uma das marcas mais famosas do século XX (Murphy, 2015). <http://www.victor-vitrola.com/Timeline.htm>. Acessado em 20/12/2022.

conhecemos hoje, seria o ponto de partida para a venda de milhões de discos transformando de vez o modo como o público ouviria música a partir de então<sup>34</sup>.

*Entre 1903 e 1936 têm lugar gravações de vozes reais, bem como grandes orquestras, de canções patrióticas (por ocasião da Primeira Grande Guerra), jazz/dança a partir de 1917, de bandas sonoras a partir de 1927 (com a introdução do sonoro no cinema), bem como das big bands entre 1928 e 1940 (Neves, 1999, p. 59).*

Discos, no início da fonografia, eram chamarizes para a venda de aparelhos de reprodução, mais caros e com maior margem de lucro. Por isso, observamos uma vasta quantidade de grandes gravadoras (principalmente as primeiras) sendo criadas ou geridas por empresas de produtos eletrônicos. Por exemplo, a EMI Records (Electric and Musical Industries) e RCA (Radio Corporation of America).

*O grupo interligado de tecnologias que podemos chamar amplamente de fonografia (incluindo o gramofone, o fonógrafo e os cilindros e discos tocados sobre eles) alcançou uma disseminação bem-sucedida após a introdução de aparelhos de reprodução fonográfica produzidos em massa por volta de 1906 (quando a “Vitrola” foi introduzida). Essas foram tecnologias desenvolvidas, introduzidas e comercializadas por empresas de eletrônicos, que foram incorporadas por uma classe média em expansão e incorporadas às salas de estar que estavam substituindo os salões vitorianos como o centro da casa (Hesmondhalgh & Meier, 2018, p. 1559).*

Com a rápida propagação do vinil e da Victrola (e seus “imitadores”), era de se esperar que logo fossem desenvolvidas leis para regular o novíssimo mercado. Em 1909, após artistas terem suas vozes registradas e comercializadas, o tenor irlandês John McCormack foi o primeiro a ter um contrato propriamente dito com a gravadora Victor Company. Em consequência, foi concebida no mesmo ano a American Society of Composers, Authors and Publishers (ASCAP, na sigla em inglês) para impor a recém-criada Lei dos Direitos Autorais<sup>35</sup>. Em 1917, as patentes mais básicas do fonógrafo e do gramofone prescreveram estimulando a expansão de novos selos que atendiam fatias menores do mercado, surgindo uma primeira e clara distinção entre grandes gravadoras e independentes (Gracon, 2010).

---

<sup>34</sup> Mais informações <https://victrola.com/pages/history-of-victrola>. Acessado em 25/08/2020.

<sup>35</sup> Segundo Passman, direito autoral é “um monopólio de duração limitada. O propósito (como declarado na Constituição dos EUA) é promover o progresso das “artes úteis”, dando aos criadores direitos exclusivos sobre suas obras por um tempo” (2021, p. 211).

De acordo com Ogg (2009), não se sabe ao certo qual seria o primeiro selo independente da história. Porém, segundo o autor, há grandes indícios que tenha sido uma gravadora canadense chamada Gennett Record Company, que teve destaque no meio da expansão do *jazz* estadunidense nos anos 1920. De qualquer maneira, a Gennett teria papel fundamental no que viria a ser a independência musical no começo do século passado. Isto porque o primeiro ponto de virada no enredo das gravadoras independentes aconteceria em 1919. Vital para toda a história da indústria musical - e principalmente para as independentes - foi o processo movido pela Victor em julho daquele ano e perdido para a Starr Piano Company, donos da Gennett Records.



**Figura 2** – Logotipo da Gennett Record Company. Fonte: <https://78rpm.club/record-labels/gennett/>

A Starr fora processada por ter lançado discos com a técnica do “corte lateral” até então monopólio da Victor<sup>36</sup>. Com a vitória na disputa abriu-se o caminho para mais competição no mercado, com todas as gravadoras habilitadas para o uso da tecnologia, mais barata e mais lucrativa. De outro modo, poder-se-ia imaginar que a democratização, ou pelo menos, uma maior espaço para independentes seria muito mais difícil.

A primeira leva de gravadoras independentes estadunidenses - Gennett, Paramount, Riverside, e mais adiante, Blue Note, Ace, e Delmark - tinham no geral o propósito básico de dar voz e espaço a tipos gêneros musicais que não interessavam as majors e buscar novos mercados e audiências (Barracco, 2014). Os lançamentos eram voltados para um público mais jovem, artistas eram

---

<sup>36</sup> Técnica de gravação de som que consiste em um disco analógico cortando o sinal nas laterais da ranhura, fazendo com que a agulha se mova de um lado para o outro. <https://dictionary.archivists.org/entry/lateral-cut-recording.html#:~:text=A%20technique%20of%20recording%20sound,move%20from%20side%20to%20side>. Acessado em 25/08/2020.

encorajados a gravarem material próprio, ao invés de regravações de sucessos, e os selos eram atentos ao que acontecia em diversas regiões e às tendências musicais que despontavam. Porém, com a Grande Depressão de 1929, uma grande parte dos selos menores foram forçados a fechar as portas, encerrando, segundo Ogg, a primeira fase da produção independente na indústria fonográfica (2009, p. 5).

É importante notar também que a movimentação urbana impactava diretamente no mercado fonográfico. Uma nova fatia de consumidores formada por classes trabalhadoras rurais e migrantes negros recém-chegados às grandes cidades dos Estados Unidos dava novo alento às independentes com o desenvolvimento de novos gêneros e nichos como o *gospel*, *country* e *western*, *R&B* e *be-bop*. Essa “diáspora” encorajou algumas independentes como a King, de Cincinnati, a construir fábricas próprias de prensagem de discos livrando-se de contratos de fabricação de fonogramas com majors, ganhando mais liberdade e competitividade no mercado.

Neste mercado em ebulição, acelerado pelas evoluções tecnológicas, muitas advindas de experimentações na Primeira Guerra Mundial (Milner, 2009; Murphy, 2015) surgem diversas gravadoras pela Europa e Estados Unidos. Uma delas, a nova-iorquina Okeh<sup>37</sup> criada em 1916, de propriedade do alemão Otto Heinemann, era especializada em artistas negros e marginalizados (Murphy, 2015). A gravadora Okeh empenhava-se na contratação de artistas afro-americanos e desenvolvia estratégias ambiciosas, incluindo abordagens alternativas de distribuição. Otto Heinemann iniciou uma transformação discreta dentro da indústria predominante (Murphy, 2015, p. 38). A aquisição da Okeh, em 1926 pela Columbia Records, uma independente por uma major, é a primeira que se tem notícia, tornando-se um dos marcos de uma prática de mercado que se repetiria ao longo das décadas seguintes (Ogg, 2009). Ao longo da história fonográfica, o sucesso dessas organizações independentes levou muitas corporações a comprarem contratos de seus artistas principais ou absorverem a pequena empresa para retomar o controle e lucrar no setor (Cano, 2023).

*Ao constatar o sucesso das novas empresas e dos novos gêneros, a resposta das majors foi fazer valer os seus recursos financeiros e o domínio sobre a cadeia, estabelecer controle ou influência sobre as gravadoras independentes, seja pela sua aquisição (mantendo parte de sua autonomia) ou pelo estabelecimento de acordos de distribuição. (...) As independentes com quem se relacionavam, serviam, dessa forma,*

---

<sup>37</sup> <https://www.okeh-records.com/2015/01/07/help-us-find-family-members-of-our-founder-otto-heinemann>  
Acessado em 25/08/2020.

*como laboratório para prospecção de novas tendências e artistas (Nakano, 2010, p. 632).*

Até a popularização da rádio, nos anos 1920, a audição caseira de discos era uma das formas de entretenimento mais populares entre as famílias europeias e estadunidenses. Com a implantação do rádio comercial, a indústria se dizia “vítima” em uma competição “desleal” com uma nova tecnologia que oferecia “música gratuita”. As vendas de aparelhos de rádio duplicaram entre 1921 e 1922 e, desse modo, muitas companhias fonográficas voltaram as suas produções para dispositivos do tipo em detrimento de fonógrafos e gramofones (Gracon, 2010). No fim de 1922, cerca de dois milhões de aparelhos de rádio foram vendidos nos Estados Unidos, 20.300 estações foram licenciadas, sendo que 15.780 eram geridas por iniciantes, estabelecendo novas carreiras no setor (Murphy, 2015, p. 43). Com a venda de discos “ameaçada” pela expansão do rádio (a “gratuidade” de se ouvir música), muitos fabricantes de eletrônicos de consumo começaram a produzir vitrolas com receptores de rádio integrados.

Assim como a primeira, a Segunda Guerra teve papel preponderante no crescimento tecnológico da época, por exemplo, no desenvolvimento das ondas de longa distância, ampliando o alcance e as possibilidades do rádio amador em progressão geométrica. As pequenas estações empoderavam jovens radialistas ou estudantes que viam nelas oportunidades de disseminar a música e a cultura de suas localidades. O avanço oferecia um novo tipo de som, mais alto, amplificado, graças aos microfones usados nas transmissões fazendo surgir uma nova demanda por melhorias nos aparelhos de reprodução de áudio (Milner, 2009).

Em meados da década de 1920, mais precisamente em 1924, surgiu o primeiro sistema de gravação elétrica mais acessível para as empresas fonográficas, revolucionando<sup>38</sup> a prática. “O objetivo era gravar o som não apenas com precisão, mas também com mais flexibilidade” (Milner, 2009, p. 106). Em 1928, o alemão Fritz Pfeumer inventou o considerado primeiro gravador por fita usando uma tira de papel com cobertura de pó de ferro. No mesmo ano, o estadunidense Les Paul, com apenas 13 anos, experimentaria a partir de gravações em um quarto ao se registrar cantando “She’ll Be Comin’ Round the Mountain”, uma tradicional música folk estadunidense do século XIX. Paul criou

---

<sup>38</sup> A história da música gravada é pródiga em criadores que não receberam atenção em seus períodos e que poderiam ter contribuído para a evolução do setor. Por exemplo, os casos de Oberlin Smith e seu artigo “Some Possible Forms of the Phonograph” em que sugeria meios para a gravação pelo uso de impressões magnéticas. Porém, nunca foi levado adiante pela falta de interesse dada ao estudo. Ou ainda Valdemar Poulsen, chamado hoje de “Edison Dinamarquês” e o telegrafon, idealizado por ele em 1898 (Milner, 2009).

um método que chamou de “som sobre som”<sup>39</sup>. O processo consistia em que Paul gravava uma faixa num disco de alumínio e depois registrava outra faixa em uma segunda máquina enquanto a primeira reproduzia o que estava previamente capturado, fazendo surgir uma terceira gravação. Porém, somente em 1947, “Lover”, de Rogers e Hart<sup>40</sup>, seria a primeira música comercializada a partir desse recurso (Milner, 2009). Ross Snyder, gerente de produtos da empresa Ampex, em 1956, criou, com a colaboração do próprio Les Paul, uma máquina que pudesse fazer todo o processo descrito acima de modo mais fácil e simples<sup>41</sup>, a primeira versão do que conhecemos hoje como gravação multipista (Milner, 2009).

Antes, em 1934, a BASF<sup>42</sup> criou a bobina que consistia num processo de gravação em fita plástica com cobertura magnética reutilizável e que permitia a edição, marcando mais uma revolução na época (J. Oliveira, 2014). A nova tecnologia permitia “cortar e juntar, editar os melhores pedaços de performance juntos, eliminar os erros, fazer registros de eventos ideais não reais” (Bennett, 2011, p. 11). Além da edição e da durabilidade, a fita oferecia outras vantagens sobre a gravação em disco como a qualidade sonora e maior capacidade de armazenamento (Milner, 2009). Um ano depois, a AEG<sup>43</sup> lançava, junto com a BASF um gravador a base de fita chamado de *Magnetophon*.

Conforme observado por Bennett (2001), os estúdios de cinema também empregaram a gravação em fita como meio de produzir trilhas sonoras para filmes. A indústria musical rapidamente reconheceu as vantagens do uso do material no processo de gravação, resultando na completa substituição dos discos pela fita. Esse avanço tecnológico também trouxe consigo uma redução significativa nos custos de gravação (Bennett, 2001, p. 11).

Como também diz Guerra:

*Após a II Guerra Mundial, a Deutsche Grammophon tornou-se a primeira companhia a utilizar este tipo de equipamento. Por seu turno, nos E.U.A., a companhia Minnesota Mining and Manufacturing lança uma cassete que supera a qualidade sonora do produto alemão. Simultaneamente, as cassetes adquirem maior capacidade de gravação, pelo que as suas vantagens são rapidamente valorizadas pelas companhias e estações de rádio, que investem no equipamento (Guerra, 2010, p. 103).*

---

<sup>39</sup> Sound on Sound, no original.

<sup>40</sup> Mais em <https://www.songfacts.com/facts/les-paul/lover>. Acessado 07/01/2020.

<sup>41</sup> Mais informações em [http://www.aes.org/aeshc/docs/mcknight\\_the-les-paul-console.html](http://www.aes.org/aeshc/docs/mcknight_the-les-paul-console.html) e em [http://www.aes-media.org/historical/pdf/snyder\\_sel-sync.pdf](http://www.aes-media.org/historical/pdf/snyder_sel-sync.pdf). Acessados em 18/11/2020.

<sup>42</sup> <https://www.basf.com>. Acessado em 18/11/2020.

<sup>43</sup> <https://www.aeg.com>. Acessado em 18/11/2020.

Na mesma época, a chegada do disco de 45 rpm<sup>44</sup> ajudava a baratear ainda mais os custos de produção. Por serem menores, mais leves e mais duráveis, foi o formato mais adotado pelas independentes. Até a década de 1950, a estrutura da indústria fonográfica era caracterizada por um oligopólio controlado por um reduzido número de empresas. Essas empresas detinham o controle das pesquisas voltadas para a criação de novos formatos e métodos de gravação. Além disso, elas possuíam os estúdios de gravação e gozavam de privilégios no que diz respeito aos meios de promoção e divulgação de músicas. Em outras palavras, essas empresas possuíam uma integração vertical, controlando todas as quatro etapas da produção: criação, produção, divulgação e distribuição (Felipe & Martins, 2016, p. 811).

A cera era então substituída pelo vinil como matéria prima para a fabricação dos discos. A mudança permitiu a introdução do disco de 33 1/3 rotações, ou *long play*, popularizado como LP, lançado ao público em 1948, pela Columbia (e que vinha sendo desenvolvido desde 1946 pela empresa) (Milner, 2009). O LP permitia uma maior capacidade de armazenamento em cada lado e forçou a modernização dos aparelhos de reprodução. A novidade causou a chamada “batalha de velocidades” entre as companhias discográficas da época e entre os formatos: o LP, de 12 polegadas e 33 1/3 rotações “versus” o single de sete polegadas e 45 rotações, revivendo a disputa entre o cilindro de Edison e o disco de Berliner décadas antes (Milner, 2009; Murphy, 2015).

*Como demonstrado pela disputa Starr-Gennett, a competição entre majors e gravadoras menores é um fenômeno que antecede a chegada do rock n' roll. Com a introdução do formato long play no pós guerra, em 1947, a “guerra de velocidades” estourou entre Columbia e RCA Victor com a Capitol, a primeira das majors a dar lançar discos nos três formatos (78rpm, 43rpm e 33 1/3rpm) (Ogg, 2009, p. 6).*

Do outro lado do Atlântico a Topic Records era criada em Londres, em 1936. Com associação ao Worker's Music Association, a Topic é, segundo Ogg (2009), o primeiro selo britânico independente que se tem notícia, estando em operação até hoje. Em 1949, a Polygon Records, fundada por Alan A. Freeman, seria a primeira independente local a ter conexões diretas com o *mainstream* e uma das pioneiras a assinar contratos fora do Reino Unido tendo álbuns lançados inclusive na Austrália. Mais tarde, outros selos independentes britânicos, ligados à movimentos culturais e a elite intelectual, ficaram conhecidos no que viria a ser chamado de *British Invasion* nos anos 1960, nos Estados Unidos. Segundo Frith, os selos ingleses eram uma espécie de oásis num mercado mundial totalmente

---

<sup>44</sup> Rotações por minuto

dominado pela indústria estadunidense, uma vez que a música popular tem, desde a sua gênese, a sua organização de acordo com padrões estadunidenses moldados por mais de um século, entre 1850 e 1960 (2002, p. 141). “[O] sucesso global dos Beatles e de outros grupos beat Britânicos dos finais da década de 60 e princípios da década de 70, é um acidente histórico, um piscar de olhos no processo impagável de americanização da cultura popular” (Frith, 2002, p. 129).

Como mostra Hesmondhalgh (1998, pp. 256-257), a primeira geração de empresas independentes britânicas no campo da música rock era formada principalmente por empresários independentes como Chris Wright e Terry Ellis na Chrysalis, Tony Stratton-Smith na Charisma e Chris Blackwell na Island (ver Hesmondhalgh, 1996a), mais afeitos às sonoridades do que se convencionou chamar de rock progressivo nas décadas de 1960 e 1970.

Um caso interessante de um possível “antepassado” do *ethos* indie pode ser visualizado na Ember Records<sup>45</sup>. Criada em 1957, em Londres, por Jeffrey Kruger e que encerrou as atividades em 1979, era uma resposta direta ao crescente número de lançamentos provenientes de gravadoras independentes estadunidenses em terras britânicas. O selo era, segundo Ogg, “um desafio direto ao monopólio existente na distribuição e promoção” visto na época (Ogg, 2009, p. 22). Kruger estava focado em criar um networking que pudesse se não sanar, pelo menos atenuar os três grandes problemas de um selo independente: produção, distribuição e promoção. Para tal, assinou um acordo de veiculação com a rede estatal britânica de rádio difusão, BBC<sup>46</sup>. Por se encontrar envolvida em um cartel com as principais majors do mercado britânico (EMI, Decca, Phillips e Pye) e algumas independentes como a Oriole/Embassy Records e era quase inviável que artistas de outros selos conseguissem espaço nos programas da emissora. O acordo, na forma da Phonographic Performance Limited, ou PPL, na sigla em inglês, garantiu que os artistas da Ember Records também pudessem ter oportunidades na programação da rádio.

Além disso, Kruger também seria um dos pioneiros na comercialização de discos para além das lojas habituais. Sem espaço nestas, se viu obrigado a procurar novos pontos de venda para os fonogramas do seu selo. “Se eu tiver que vender discos em supermercados ou livrarias, em

---

<sup>45</sup> O braço publicitário da Ember Records, a Sparta Music, chegou a assinar com um jovem artista de 19 anos, desconhecido, que desejava vingar no mundo da música chamado David Jones (depois Bowie).

<sup>46</sup> <https://www.bbc.co.uk/>. Acessado em 30/06/2022.

lanchonetes ou lojas de artigos fotográficos eu não vou hesitar” (Jeffrey Krueger, Ember Records, como citado em Ogg, 2009, p. 24).

Voltando aos Estados Unidos, a segunda metade da década de quarenta se viu diante de uma explosão de selos independentes, impulsionados pelo *rhythm and blues*, a migração do sul para o meio oeste, a industrialização nordeste e a onda de otimismo após o fim da Segunda Guerra (Ogg, 2009). Entre esses selos, surgem a Sun Records, que seria responsável pela descobertas de artistas como Johnny Cash e Elvis Presley, e a Atlantic Records, que teria no *cast* Ray Charles, Ornette Coleman, entre outros. Muitos desses selos operavam em “quartos, cozinhas e salas de estar, tocados por uma pessoa somente e com orçamentos apertados” (Ogg, 2009, p. 7). Boa parte repetia a prática de investir em fábricas de prensagem para diminuir custos, manter o controle da produção e vender serviços.

Assim, após quase 40 anos de história, observou-se que a venda da música “materializada”, ou seja, em formatos físicos, passava a ser a grande fonte de receita da indústria fonográfica estadunidense (Nakano, 2010). A expansão se consolidaria na década seguinte impulsionada pelos avanços tecnológicos tanto na gravação quanto na distribuição musical.

*A utilização de novas matérias-primas sintéticas para os suportes físicos, mais abundantes, baratas e resistentes, permitiram menores custos, maior distribuição e melhor qualidade sonora. Desenvolveu-se também a gravação em fitas magnéticas, que, ao permitir regravação, edição e montagem (i.e., o recorte de trechos mal executados e sua substituição sem a necessidade de reexecução da peça inteira), reduziu drasticamente os custos de produção (Nakano, 2010, p. 630).*

Na mesma época, o rádio passava a aliado da indústria fonográfica enquanto canal de divulgação, deixando de ser visto como concorrente. Singles de sete polegadas eram enviados para as emissoras para que - alguns com incentivo financeiro - fossem tocados repetidamente para despertar o interesse do público, numa prática que conhecida como *payola*<sup>47</sup> (Milner, 2009; Murphy, 2015; Shuker, 1998).

Com a popularização dos LPs e dos singles de 45 rotações, em 1955, as grandes gravadoras da época detinham 75% de participação no mercado nos Estados Unidos. Porém, em 1959, essa participação baixou para 34% com a irrupção de diversos selos independentes (Gracon, 2010, p. 59). O

---

<sup>47</sup> Prática de pagar a programadores de rádio para executarem músicas de determinados artistas.

impulso visto nas gravadoras independentes era um impacto causado primordialmente pelo novo estilo, o *rock n' roll*, até então desprezado pela grande indústria. No fim da década de 1950, pelo menos 60% dos discos vendidos nos Estados Unidos já eram de artistas considerados “do gênero” (Gracon, 2010). Assim, como diz Ogg (2009, p. 12), foram nas independentes que foi nutrido o híbrido entre *blues* e *country* de onde surgiu o novo estilo nos Estados Unidos. Enquanto os grandes selos se voltavam para o *jazz*, pequenas gravadoras independentes na década de 1950 buscavam nos gêneros emergentes maneiras de gerar receita.

*A indústria fonográfica moderna surgiu apenas no boom de consumo do pós-guerra dos anos 1950 e 1960. A crescente importância ideológica e econômica e o tamanho das casas de classe média, e as mudanças relacionadas na independência social e econômica dos jovens (Frith, 1981), levaram a novos booms de toca-discos e rádios menores, e de discos para tocar neles. As principais inovações foram não apenas máquinas menores e mais baratas (ao lado de “alta fidelidade” de última geração para a classe média), mas também discos de vinil desenvolvidos por empresas de eletrônicos de consumo como a RCA e a divisão de EC da gigante da radiodifusão CBS (Hesmondhalgh & Meier, 2018, p. 1560).*

O período do pós-guerra viu surgir a estética que viria a ser uma marca das gravadoras indie, principalmente nos anos 1990: o “*lo-fi*” ou “baixa fidelidade”. Naquela época, uma geração de ouvintes estava sendo “moldada” pelo surgimento do rádio portátil a transistor, mais barato (Milner, 2009). Somadas a isso, novas formas de gravação idealizadas principalmente por Phil Spector (o mentor do *Wall of Sound*<sup>48</sup>) nos EUA, e Joe Meek, no Reino Unido, iam ao encontro de princípios mais comerciais do que os artísticos: era preciso vender cada vez mais discos. Contrariando o que audiófilos prezavam, ambos os produtores tinham em mente que aparelhos portáteis não conseguiriam reproduzir a pureza de som, a alta fidelidade. Singles e discos de maior potencial comercial seriam aqueles que soassem bem em rádios portáteis. Assim, não haveria o porquê de lançamentos conterem informações musicais ou instrumentos que não pudessem ser reproduzidos pelos rádios a transistor.<sup>49</sup>

*O que Spector e Meek tinham em comum era que seus discos rejeitavam de forma agressiva as ideias tradicionais de alta fidelidade - julgadas por esses padrões, suas*

---

<sup>48</sup> Técnica de estúdio criada pelo produtor musical Phil Spector nos anos 1960, que consistia na gravação de diversos instrumentos em camadas. Na tradução direta significa “parede de som”.

<sup>49</sup> O *lo-fi* era, da mesma forma, moldado pela falta de recursos das gravadoras independentes, que acabava se “forçando” novas ideias de gravação, surgindo sonoridades diversas para seus artistas. Essas concepções muitas vezes não eram entendidas pelos produtores das majors. Como no caso da Sun Records e seu artista mais famoso, Elvis Presley, ao deixar a gravadora e rumar para a major RCA. “Fosse a sonoridade que o Sun Studio possuía, a RCA, para quem Elvis Presley gravou depois de deixar a Sun em 1955, não conseguia replicá-lo, apesar de todo o treinamento avançado de seus engenheiros em Nova York. Foi o primeiro grande exemplo de um artista “perdendo” parte de sua sonoridade ao passar de uma gravadora independente para uma major” (Milner, 2009, p. 154), grifo meu).

*gravações soam terríveis - em busca da máxima vendabilidade. Eles entenderam que, na nova cultura de consumo, a geração do pós-guerra não apenas toleraria sons "corrompidos", mas também os adotaria (Milner, 2009, p. 154).*

No entanto, as majors continuavam a deter a chave de todo o processo: a distribuição. Gracon (2010, p. 43) argumenta que, nesse contexto, deter o controle sobre os meios de produção não bastava mais; em vez disso, as corporações mais influentes passaram a dominar a distribuição e os canais pelos quais uma gravação alcançava os varejistas e, por conseguinte, chegava às mãos do consumidor. Além disso, as majors possuíam melhores condições de gravação, comercialização e detinham mais direitos autorais, assim como fábricas de prensagem. Segundo Hesmondalgh (1996), a partir dos anos 1960, as grandes gravadoras começaram a terceirizar serviços. Isto possibilitou a capacitação de uma leva de novos profissionais do mercado fonográfico e que mais tarde criariam suas próprias gravadoras ou tornar-se-iam consultores para pequenos selos.

Na busca pela otimização de custos, as técnicas de gravação ficavam ainda mais viáveis com o desenvolvimento, em 1963, pela holandesa Philips da fita cassete, usada inicialmente para o registro de voz. Sete anos mais tarde, em 1970, com o surgimento dos aparelhos caseiros de reprodução, a fita cassete se popularizaria ao ser também utilizada para armazenar música.

*Em 1963 a Philips lançou no mercado europeu o primeiro leitor e gravador de cassetes de fita magnética (The Philips Compact Cassete), apesar de a qualidade sonora e de gravação ainda ser pouco convincente. Nos Estados Unidos, surgiu um sistema semelhante, em 1965, mas com cartuchos - o Learjet Stereo 8 -, que se tornou mais popular, devido às alianças com outras companhias e à sua maior qualidade. No entanto, em 1966, com a introdução do sistema Dolby, de redução de ruído, a qualidade das cassetes foi melhorada e em 1967 a Philips lançou um sistema compacto que foi bem aceite nos Estados Unidos. O segredo deste sucesso estava (...) no baixo custo dos aparelhos e das cassetes, ao seu carácter compacto e portátil, bastante aceite pelos mais jovens, cada vez com mais peso na música (J. Oliveira, 2014, p. 11).*

A fita cassete, além da portabilidade, tinha mais durabilidade do que o vinil, e permitia a (re)gravação, possibilitando à artistas e bandas a possibilidade de fazer réplicas de maneira caseira. A maior presença de aparelhos de reprodução (e de gravação) de cassetes, ao lado do licenciamento da mídia para uso livre pela Philips, provocou uma expansão do formato que viria a ser o mais comercializado no mundo entre 1984 e 1993 (Neves, 1999). A popularização das fitas cassete aumentaria com a chegada dos aparelhos de *duplo deck* que produziam cópias no mesmo aparelho. Conforme apontado por Byrne (2014), as fitas cassete foram importantes para o surgimento de diversos gêneros musicais. Bandas punk que não conseguiram estabelecer acordos com gravadoras

encontraram alternativas na produção de cópias de fitas caseiras, as quais eram comercializadas durante apresentações ao vivo ou por meio de envio postal (Byrne, 2014, p. 111). Ao encontro do que diz Byrne, ainda sobre a importância das fitas cassete na criação de difusão de novos gêneros musicais, Shuker diz que

*[c]omo tecnologia portátil de gravação, a fita cassete tem sido utilizada na produção, duplicação e divulgação de músicas locais e na criação de novos estilos musicais, mais notavelmente o punk e o rap, tendendo a descentralizar o controle sobre a produção e consumo (Shuker 1998, p. 39).*

Porém, a indústria fonográfica via novamente ameaçado seu oligopólio (como fora com o rádio) pela nova mídia. Inicia-se, então, nos anos 1970, a primeira grande batalha da indústria da música contra o que ficaria conhecido como “pirataria”<sup>50</sup>. Em 1970, fitas cassetes *virgens* chegaram à marca de 125 milhões de unidades vendidas, levando a *Recording Industry Association of America* (RIAA) a forçar o congresso estadunidense a promulgar a *Sound Recording Act*, em 1971, que concedia proteção federal aos direitos autorais e às gravações mecânicas. “Com o crescimento da troca de cassetes, a música foi pela primeira vez circulada em massa fora do mercado ao qual era *destinada*” (Gracon, 2010, p. 44, grifo meu). A crise do petróleo ocorrida nos anos 1970 contribuiu para a escassez de matéria prima para discos de vinil, ajudando a proliferar ainda mais o cassete. Naquela década, os aparelhos de som já eram vendidos com reprodutores de fitas acoplados. Em 1986, as receitas advindas das vendas de cassetes ultrapassariam pela primeira vez as dos discos de vinil (Hesmondhalgh, 1996; Neves, 1999). Impulsionada pela popularização do cassete em 1979 com o *Walkman*,<sup>51</sup> aparelho portátil criado pela Sony, que se tornou artigo essencial entre os fãs de música. Num movimento similar ao que aconteceria com o do mp3 e o *iPod*, cerca de 20 anos mais tarde, o dispositivo teve fundamental influência popularização e em novas maneiras da audição musical.

*O fonógrafo significou que apresentações musicais públicas agora podiam ser ouvidas em casa; o gramofone portátil e o rádio transistorizado fizeram com que a música se movesse para o quarto; o Walkman significou que cada individuo poderia fazer uma fita de audição pessoal para uso até mesmo em lugares públicos (Frith et al., 2011, p. 27).*

---

<sup>50</sup> Pirataria, segundo Neves (1999), é uma gravação sonora obtida para ganho comercial sem autorização do proprietário dos direitos autorais. O termo seria utilizado para ligar os downloads gratuitos entre usuários de serviços como o Napster ao crime (Arditi, 2014). O que seria errôneo uma vez que pirataria significa a produção e comercialização de produtos falsificados. Para Arditi (2014), quem baixa música não está roubando a música de outro usuário, que continua no computador deste. Porém, usaremos o vocábulo por este ter se popularizado no meio.

<sup>51</sup> Thomas Stockham - considerado o “pai” do áudio digital e líder do grupo que, em 1972, investigou as fitas do caso Watergate que levou à renúncia do então presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon – havia feito uma “premonição”, em 1977, de que não seria ultrajante pensar num aparelho do tamanho de uma caixa para cartas de baralho que pudesse armazenar uma alta quantidade de música.

Também importante ressaltar o surgimento de um novo tipo de revendedor como as grandes redes varejistas como Boots e W.H. Smith. Essas cadeias conseguiam melhores condições de absorver a produção das majors e revendê-la a preços mais baixos do que as lojas de disco convencionais. Isto forçou estabelecimentos menores a se voltarem para pequenos distribuidores e o mercado independente. Com isso,

*[à] medida que as grandes empresas orientavam seus canais de distribuição para as cadeias de lojas de rua, as pequenas lojas cada vez mais se voltavam para um novo setor de atacadistas e distribuidores independentes que ocupavam a nova lacuna do mercado (Hesmondhalgh, 1998, p. 258).*

Como consequência, ajudou a fomentar a necessidade de novos e pequenos selos que pudessem dar voz às bandas que surgiam em progressão geométrica e para suprir as prateleiras de lojas de discos locais que se convertem gradualmente também em pontos de encontro. Além disso, muitas transformaram-se em selos, marcando primeiro período das gravadoras indie, entre 1978 e 1981 no Reino Unido (Hesmondhalgh, 1998).

Esses movimentos, segundo Milner (2009), são cíclicos na indústria fonográfica. A cada 15 ou 20 anos, são criadas rupturas para que novos formatos sejam cooptados e haja novas formas de consumo, no que Arditi (2014) chama de “ciclo de substituição”. Um processo iniciado com o cilindro de Thomas Edison e que continua até hoje. O próximo passo era o surgimento do *compact disc*, ou CD, lançado em 1978, num desenvolvimento conjunto entre a Sony e a Philips (Milner, 2009; Murphy, 2015; Byrne, 2014). e considerado pela indústria como capaz de conter a “pirataria” difundida pelo cassete.

O CD surgiu num momento em que o mercado mundial encontrava em estagnação, entre 1979 e 1984 (Neves, 1999). A tecnologia digital, em substituição a analógica, “revolucionou [novamente] todo o sistema de captação/gravação/fixação/reprodução sonora” conferindo novo fôlego à indústria (Neves, 1999, p. 67). O CD<sup>52</sup> era visto como o maior salto dado pela indústria, um divisor de águas para a fonografia em qualidade de áudio e portabilidade (Milner, 2009). Segundo Bennett, a partir de meados da década de 1980:

---

<sup>52</sup> Em apenas cinco anos, o CD se transformou no formato de entretenimento caseiro de maior crescimento da história. Se em 1983, 800 mil unidades valeram US\$ 17,2 milhões para os varejistas, em 1991 o número pulou para 333 milhões de unidades vendidas e US\$ 4,2 bilhões em faturamento. As vendas de CD players passaram de 350 mil unidades comercializadas em 1983 para 40 milhões nos anos noventa. O vinil era substituído gradativamente pelo CD que ajudou na expansão da indústria fonográfica até 1997 (Milner, 2009, p. 221).

*a tecnologia digital preparou o caminho para uma nova era na gravação de som, as máquinas de fita analógica foram substituídas por computadores. Os computadores podiam armazenar e reproduzir o som muito mais precisamente do que as antigas máquinas de gravação analógicas que produziam elementos variáveis de ruído branco ou “silêncio de fita”, em parte devido a imperfeições na própria fita. A tecnologia digital também facilitou vários outros avanços no processo de gravação, incluindo a amostragem, que permite que um som gravado ou uma passagem musical curta seja “provocada” quando necessário usando o teclado de um sintetizador, bateria ou mesmo uma voz humana em conjunto com um microfone (Bennett, 2011, p. 120).*

E como não poderia deixar de ser, com novas tecnologias de áudio era necessário novos tipos de dispositivo de reprodução. O CD causou outra reviravolta no mercado, pois diversos compradores optaram por trocar suas coleções de discos de vinil e fitas cassete analógicas pela suposta qualidade de som superior e maior longevidade proporcionadas por esse novo meio de alta tecnologia (Gracon, 2010, p. 45). A mudança se mostrou rentável ao passo que permitia a exploração e disponibilidade dos antigos catálogos das gravadoras. Ou seja, a um baixíssimo custo, as majors lucravam ainda mais com esse novo ciclo de substituição (Arditi, 2014; Shuker, 1998).

*Frith (1993) observou que o surgimento de novas tecnologias de gravação e reprodução de som tem coincidido com a globalização da cultura e o desejo de conglomerados de mídia/entretenimento de maximizar suas receitas com direitos autorais, bem como manter a renda proveniente da venda de discos. O que é considerado “música” está mudando de algo fixo e autoral que existia como propriedade para algo mais difícil de identificar (Shuker, 1998, p. 68).*

O aparecimento da MTV<sup>53</sup>, em 1981, ajuda a impulsionar ainda o mercado de CDs, fazendo com o que, segundo Witt, um *ethos* emergido da contracultura dos anos 1960 e 1970 aos poucos era substituído por uma atitude mais comercial (Witt, 2015, p. 40). Segundo o autor, era a época em que a indústria fonográfica se tornava de vez um meio corporativo.

Em meio à expansão do mercado, os anos oitenta também foram marcados pela ampliação do número dos selos indie. As majors já não tinham mais interesse no *punk rock* e nas bandas derivadas deste, logo, os indie labels novamente eram o principal meios de desenvolvimento de culturas *underground* que floresciam no período. Juntamente com fanzines, estações de rádio, *networks* de bares e casas de shows, as gravadoras indie ajudaram a estabelecer novas possibilidades frente à indústria fonográfica. Foi também o momento em que gravadores portáteis de quatro canais

---

<sup>53</sup> Music Television, canal destinado inicialmente à veiculação de videoclipes e notícias musicais.

começaram a se popularizar entre os jovens tornando possível que qualquer pessoa pudesse registrar com melhor qualidade bandas em shows, garagens, ou em casa<sup>54</sup>. Como diz Masters (2023), bandas de *rock* produziam álbuns completos para selos indie usando gravadores de quatro pistas e comercializavam as fitas cassete, tudo sem a necessidade de adentrar um estúdio.

Com o mercado fonográfico vivendo mais um período de “ouro”, as décadas de 1980 e de 1990 também ficaram marcadas pela fusão de diversas empresas do ramo fonográfico e do entretenimento visando maiores ganhos e menores riscos. A indústria musical, como lembra Lee (1995), estava em um processo contínuo de aquisições e fusões como parte de uma “globalização agressiva” em que a “horizontalização tomava lugar entre as corporações de entretenimento e eletrônicos” (Lee, 1995, p. 16). As fusões e compras na indústria fonográfica teriam sido, de acordo com Arditi (2014), uma estratégia de mercado para aumentar o oligopólio no setor. Esses movimentos facilitaram a ação das majors no mercado com menos corporações, porém maiores, dominando ainda mais o negócio da música.

Por exemplo, em 1985, a General Electric, comprou a RCA Corporation e depois vendeu metade da participação na RCA Records para o que viria se tornar a Bertelsmann Music Group (BMG Music). Em 1988, a Sony arrebatou a CBS Records por US\$ 1 bilhão. Dois anos depois, a MCA foi adquirida pela japonesa Matsushita por US\$ 6,13 bilhões. Em 1998, a Seagram comprou a Polygram por US\$ 10 bilhões. Era até então o maior negócio da história da música até o ano 2000, quando Vivendi adquiriu a própria Seagram, por mais de três vezes o valor anterior, com o negócio chegando a US\$ 34 bilhões, fundindo a Polygram e a MCA e criando a Universal Music Group. Anos mais tarde:

*[a] Universal Music manifestou interesse em comprar a EMI em 2012 e fez uma oferta de US\$ 1,9 bilhão. Grupos de vigilância do consumidor divulgaram um relatório encorajando o governo a suspender o negócio em 14 de junho, afirmando que a compra causaria grandes problemas no setor. Eles achavam que essa nova megapotência seria capaz de atralhar os preços, custando aos consumidores quantias significativas de dinheiro (Heather McDonald, How the Big Four Record Labels Became the Big Three, 29 de julho de 2019)<sup>55</sup>.*

---

<sup>54</sup> No século XXI, os softwares de gravação e produção musical, como por exemplo, o Pro Tools<sup>54</sup>, ficaram mais acessíveis à pequenos selos e aos músicos permitindo a gravação doméstica com custos cada vez mais reduzidos. Como pergunta Milner: “se o pro tools poderia ser usado em casa, por que não gravar em casa?” (Milner, 2009, p. 339).

<sup>55</sup> Em <https://www.thebalancecareers.com/big-three-record-labels-2460743>. Acessado em 25/08/2020.

Atualmente, o grande mercado fonográfico é controlado por três grandes gravadoras, *The Big Three*, ou seja, são três as majors no mundo atualmente, Universal (Interscope, Republic, Capitol, etc.), Sony (Columbia, RCA, Epic, etc.) e Warner (Atlantic, Warner, Elektra, etc.). Cada uma delas possui um conjunto de selos e empresas de distribuição em todo o mundo (Passman, 2021). Quando a Rough Trade, uma das mais emblemáticas lojas e gravadoras indie, abriu as portas no fim dos anos 1970, em Londres, havia cerca de 14 grandes gravadoras em funcionamento no Reino Unido. E começo dos anos 2010 elas eram apenas três (King, 2012b).

Mas por que isso é importante para a música, para além dos negócios? A oferta de títulos lançados por essas gravadoras caía na proporção que elas se fundiam (Arditi, 2014; Gracon, 2010). Nos anos 1970, de acordo com Gracon (2010), entre 4000 e 5000 títulos eram lançados anualmente. A partir dos anos 1980, o número cai para 2000/ano. Ou seja, menos opções para os ouvintes, menos democracia musical.

A indústria sempre se adaptou à novas mídias, muitas vezes provocando mudanças para gerar maiores receitas, como a troca de coleções de discos de antigos formatos por novos e constantes “ciclos de substituição” (Arditi, 2014). Deste modo, para Arditi, as grandes gravadoras nunca foram contra mudanças tecnológicas. Ao longo da história da fonografia, grandes conglomerados de produtos eletrônicos adquiriam gravadoras no intuito de que pudessem ter conteúdo licenciado para serem reproduzidos em novos aparelhos lançados por eles (Hesmondhalgh & Meier, 2018). A próxima revolução<sup>56</sup> chegava “desmaterializada”, sem a necessidade de uma mídia física contendo a música, em meados anos 1990 com a criação do arquivo digital mp3<sup>57</sup>, ou seja, sem “intermediários” entre gravadoras e consumidores.

Isto acontece numa década marcada por profundas mudanças também no mundo como a queda do Muro de Berlim, o fim dos governos Reagan e Thatcher, entre outros, havia “uma clara sensação de que a velha ordem tinha terminado” (Higgs, 2013, p. 207). Eric Hobsbawm cunhava o termo “o curto século XX” para cobrir o período de 1914 a 1991, do início da Primeira Guerra Mundial até o final da a guerra Fria (Hobsbawm, 1994). Novos tempos se anunciavam.

---

<sup>56</sup> Nos anos 1970, a banda estadunidense Grateful Dead encorajava seus fãs a fazerem cópias das suas músicas e distribuí-las o que criou uma espécie de “culto” pelo grupo sem prejudicar as vendas (McLeod, 2005, p. 529).

<sup>57</sup> Obviamente quando se refere aqui à desmaterialização da música é em relação ao formato que ela é comercializada/distribuída, necessitando, claro, de aparelhos de reprodução, dos mais sofisticados sistemas de som até aparelhos celulares.

A combinação mp3<sup>58</sup> com as possibilidades de disseminação através da popularização de aparelhos portáteis digitais e as constantes melhorias de acesso e de conexão de internet foram determinantes para as transformações que viriam a seguir. Em 1994, a Netscape lançou a primeira versão do *Navigator*, o primeiro navegador da web popular, e a Microsoft inovou com o *Windows 95* no ano seguinte. A era digital moderna começava e o mundo do Google, Wikipedia e Facebook se pavimentava (Higgs, 2013). Segundo o autor, De acordo com Higgs (2013, p. 210), esse foi um momento em que as convenções antigas foram deixadas para trás, mas uma nova ordem ainda não havia sido delineada. Nesse período, todas as possibilidades estavam abertas, e o que antes seria considerado peculiar tornou-se algo rotineiro. Com isso, para Ardití, com a crescente acessibilidade da banda larga de alta velocidade, era apenas “uma questão de tempo antes que as pessoas começassem a trocar músicas pela Internet” (2014, p. 114).

*O eventual nascimento do mp3 em 14 de julho de 1995 (...) foi a mais significativa inovação desde a introdução do CD pela Philips em 1979, e talvez até antes disso. Mais do que o Walkman, da Sony, lançado no mesmo ano do CD que deu uma plataforma poderosa ao cassete, ou até do vídeo musical, a invenção de [Karlheinz] Brandenburg<sup>59</sup> redefiniu a música popular (Jarnow, 2012, p. 261).*

Na sequência, nos anos 2000, surgiram os portais de internet onde essas músicas podiam ser depositadas para a audição e/ou compra, como o *Myspace* e, mais tarde o *Soundcloud* e o *Bandcamp*. A música passava por um período de expansão nunca experimentado. A produção ganhava mais possibilidades e a distribuição viveria uma democratização inédita na história.

A revolução do mp3 se baseava num arquivo leve, de fácil partilha, que, assim, fugia aos radares das grandes gravadoras. Porém, até o início dos anos 2000, a troca online livre não se refletia nas vendas de discos. Os consumidores ainda queriam consumir os formatos originais, fazendo *downloads* músicas (ou de filmes) em salas de bate papo privadas na internet para posteriormente comprarem os álbuns inteiros (Witt, 2015). O que vai realmente chamar a atenção da indústria é a popularização dos reprodutores de mp3 (Witt, 2015). Com eles, as pessoas puderam ouvir as músicas

---

<sup>58</sup> O próprio nome do tipo de arquivo se populariza a partir de um *player*. A extensão “.mp3” se torna famosa após a criação do WinPlay3, um reprodutor oficial de mp3 para computadores pessoais em franca expansão comercial. Por exigência da Microsoft, todos os arquivos que compunham o pacote do Windows 95 precisavam ter uma identificação, a extensão do arquivo, como “jpg” ou “gif”, entre outras, e isso levou ao uso da identificação como “mp3” (Witt, 2015).

<sup>59</sup> Mais sobre às origens do formato mp3 em parágrafos será visto a frente.

baixadas (de graça ou não) onde quisessem, como o *Walkman*<sup>60</sup>. E o *hard drive*, HD, ou disco rígido dos computadores pessoais, tornava-se uma grande audioteca.

O mp3 é a abreviatura para *Moving Picture Experts Group, Audio Layer III*, método usado pelo grupo de pesquisa liderado pelo engenheiro alemão Karlheinz Brandenburg em pesquisas sobre áudio na Universidade de Erlangen, Alemanha nos anos 1990 (Witt, 2015)<sup>61</sup>. Já em 1994, circulava entre o meio acadêmico a ideia da transmissão de arquivos musicais por linhas telefônicas e juntamente com a expansão do mercado de computadores pessoais (PCs), soava como uma nova perspectiva para os estudiosos do mercado fonográfico e de áudio<sup>62</sup>.

Um fator que contribuiu para o cariz “subversivo” do mp3 foi o fato que, em favor de formatos ligados à grandes corporações, o grupo de Brandenburg era seguidamente derrotado em competições de padrões para a indústria fonográfica. Quem ganhava essas disputas tinha o direito de ser o padrão de áudio oficial de produtos que surgiam no mercado. Como, por exemplo, em 1995, com as provas para o lançamento do primeiro aparelho doméstico de DVD. Na ocasião, o mp3 do grupo de Brandenburg perdeu a disputa para o mp2, desenvolvido pela multinacional Philips, que alegava mais qualidade do que o oponente, porém, mais “pesado” e de difícil reprodução (Witt, 2015)

Mas esses revesses não limitaram e nem impediram a utilização do formato por outros meios. A revolução do mp3 começou em um lugar inesperado: um ringue de hóquei sobre o gelo. Em 20 de janeiro de 1995 acontecia a primeira transmissão experimental de uma partida de hóquei através do aparelho chamado Zephyr, produzido pela empresa Telos, licenciado para a liga estadunidense, a NHL<sup>63</sup>. O Zephyr utilizava a tecnologia do mp3, mais leve, para conseguir transmitir os jogos por linhas telefônicas, fazendo a liga de hóquei economizar milhares de dólares em custos com a difusão via satélite. Em pouco tempo, a maioria das arenas esportivas dos Estados Unidos e Canadá estariam equipadas com o Zephyr (Witt, 2015).

---

<sup>60</sup> Em 1994, um protótipo do que seriam os mp3 players de bolso era desenvolvido pelo Instituto Fraunhofer de Circuitos Integrados, em Erlangen, Alemanha: “Era do tamanho de um tijolo e só poderia armazenar um minuto de música” (Witt, 2015, p. 56). O primeiro a ser comercializado só chegaria ao mercado em 1998, custava US\$ 600 e só tinha capacidade para armazenar cinco músicas.

<sup>61</sup> Em 1995, Dieter Seitzer, o orientador científico de Karlheinz Brandenburg, o “pai” do mp3, entrara com um pedido de patente para uma espécie de jukebox digital que consistia em que o usuário poderia ouvir músicas utilizando o teclado numérico das novas linhas dos aparelhos telefônicos digitais que começavam a ser instalados na Alemanha. Uma espécie de “avô” dos serviços de *streaming* (Witt, 2015).

<sup>62</sup> Se o mp3 já circulava no meio da música desde 1994/1995 sua primeira menção de destaque na imprensa só aconteceria em 1997, no USA Today com a manchete “Sound Advances Open Doors to Bootleggers” (Avanços no som abrem portas para a pirataria) (Witt, 2015).

<sup>63</sup> A NHL (*National Hockey League*) é uma liga profissional de hóquei no gelo da América do Norte. Fundada em 1917, a NHL é composta por 32 equipes, das quais 24 estão nos Estados Unidos e 7 no Canadá. A liga é considerada a principal competição de hóquei no gelo do mundo

No mesmo ano, um programa de (de)codificação e execução de arquivos em mp3 começou a ser produzido com orientação de Brandenburg, o *Level 3 Encoder* ou L3Enc. Com ele, consumidores poderiam criar seus próprios arquivos em mp3 ou transferir de CDs e tocá-los em computadores pessoais. Porém, “levava cerca de seis horas para “ripar”<sup>64</sup> um álbum a partir de um CD” (Witt, 2015, p. 53, grifos meus). Com os seguidos reveses nas competições, o grupo de Brandenburg começou a distribuir gratuitamente o L3Enc em feiras, para amigos e mesmo para concorrentes, O programa era capaz de comprimir em até doze vezes o tamanho de um CD para apenas 40 *megabytes*<sup>65</sup>.

Todavia, a mesma indústria que já havia lidado com a criação da fita cassete para uso pessoal, ainda não via o mundo digital como uma ameaça, considerando-o com pouco potencial de lucro. O CD<sup>66</sup> era a principal fonte de receita das grandes gravadoras na década de 1990 e o *streaming* soava como um sonho distante<sup>67</sup>. Porém, o futuro batia à porta<sup>68</sup>: o decodificador para “ripar” os discos, o PC para tocá-los e os players portáteis eram uma realidade<sup>69</sup>.

O primeiro grande abalo na “tranquilidade” das grandes gravadoras, foi sentido com a criação do Napster, lançado em junho de 1999, idealizado por Shawn Fanning, um estadunidense de 18 anos que pouco antes havia abandonado a Northeastern University para se dedicar ao projeto de uma plataforma de compartilhamento musical. O jovem, frequentador de canais de *m/RC*<sup>0</sup> de troca de arquivos, desenvolveu o software visando alargar ainda a crescente cultura do compartilhamento de arquivos em mp3. Com o Napster, qualquer indivíduo poderia baixar músicas e partilhar sua audioteca pessoal a partir do seu computador gratuitamente. O serviço funcionava como um sistema de compartilhamento de arquivos *peer to peer*<sup>71</sup> ou em rede (Witt, 2015).

---

<sup>64</sup> Gíria que significa transformar em mp3 arquivos musicais de CDs. E “queimar” significaria o caminho “inverso”.

<sup>65</sup> A revolução, em vias de acontecer, fez o empresário do ramo do entretenimento, Ricky Aidar, ao ver a invenção de Brandenburg, perguntar ao cientista: “Você tem noção do que fez? (...) Você matou a indústria fonográfica!” (como citado em Witt, 2015, p. 54). No entanto, “matar” seria um termo usado como parte da retórica das grandes gravadoras.

<sup>66</sup> Naquele momento, havia uma outra guerra entre a indústria fonográfica e os grandes varejistas, que, para atrair consumidores, baixavam o preço dos CD para abaixo do valor de mercado (Cerca de US\$ 10). Segundo Witt (2015), nos anos 1990, fabricação de uma unidade de CD caía para menos de US\$ 1, enquanto era vendido para o grande público por cerca de US\$ 20.

<sup>67</sup> Segundo Witt (2015, p. 68), um dos primeiros arquivos em mp3 distribuído “ilegalmente” dos canais de IRC, o CDA, foi da música “Until it Sleeps”, do Metallica. Curiosamente, a banda estadunidense encabeçou a luta contra a “pirataria” digital e o Napster poucos anos depois.

<sup>68</sup> O mp3 servia como um laboratório em que estudantes universitários<sup>69</sup> experimentavam para derrubar dogmas da indústria fonográfica (Milner, 2009, p. 360). Um dos marcos iniciais desse período foi a criação de um player de mp3, Winamp, em 1997, por um jovem chamado Justin Frankel, em Utah, Estados Unidos. O leitor, compatível com computadores pessoais, teve mais de 15 milhões de downloads em apenas um ano (Witt, 2015).

<sup>69</sup> Mesmo com os músicos divididos quanto as possibilidades do mp3, estas já eram vistas a olhos nus. Em uma estratégia de marketing para o lançamento do álbum Echo, do cantor estadunidense Tom Petty, foi disponibilizada uma música do disco, “Free Girl Now” no *site* MP3.com para livre download. A Warner, gravadora do artista só permitiu que ela ficava acessível por um dia. E neste dia ela foi baixada 156.992 vezes. (Menn, 2003).

<sup>70</sup> Canais de conversas via internet. <https://www.mirc.com>. Acessado em 01/07/2022.

<sup>71</sup> Mais informações em <https://sites.google.com/site/sitesrecord/o-que-e-peer-to-peer-compeluting>. 18/11/2020.

Em menos de um ano, o serviço contava com cerca de 20 milhões de usuários em todo o mundo, com alguns autores estimando em 40 milhões em seu momento de maior popularidade no meio da década (Menn, 2003). Segundo Witt (2015), no começo do ano 2000, mais de 14 mil músicas eram baixadas por minuto. Na época, nos Estados Unidos, o Napster chegou na época a ser um termo mais procurado que “sexo” na internet<sup>72</sup> (Menn, 2003).

Preocupada em manter o oligopólio, a indústria fonográfica fez ressurgir uma nova versão do jargão divulgado pela indústria fonográfica nos anos 1980 de que o “cassete estava matando a música”<sup>73</sup> (Zaleski, 2016). Em 2001, as vendas de CDs “virgens” superavam as de CDs gravados e a indústria culpava a troca online de músicas pela queda de 5% nas receitas naquele ano, a maior desde 1983, justamente ano de lançamento do CD. Os aparelhos que armazenavam mp3 em CDs tornaram-se extremamente populares depois do Napster, uma vez que, devido ao tamanho comprimido do mp3, cada um deles podia conter centenas de músicas.

O consumidor tinha em mãos um universo de possibilidades e escolhas gratuitas que supostamente não precisariam mais ser mediadas pela grande indústria. Na esteira do Napster<sup>74</sup>, uma geração de jovens mudava os rumos da indústria com novos softwares, *websites* de compartilhamento de arquivos musicais como o Bit Torrent, surgido em julho de 2001; o Pirate Bay, lançado em setembro de 2003; ou ainda o Oink, em maio de 2004 (Witt, 2015). A revolução iniciada na década de 2000 se deu não através dos músicos, mas seria feita por “geeks com computadores (...) que destronaram as grandes gravadoras” (D. Cohen, 2015). Tudo acontecia em um ambiente de completa reformulação em que os custos para gravar e lançar um álbum de forma caseira caíam vertiginosamente. “O estúdio era o Pro Tools, a fábrica de prensagem era um codificador mp3 e a rede de distribuição era o *tracker* de *torrents*. A indústria inteira podia ser administrada de um laptop” (Witt, 2015, p. 208).

Cientes do progresso da internet, as grandes gravadoras tentavam acelerar um novo ciclo de substituição. A ideia era diminuir o investimento nos formatos físicos – que demandavam mais

---

<sup>72</sup> De acordo com Felipe & Martins (2016), no ano 2000, o Napster cresceu de 3.135 milhões de usuários, no mês de abril, para 10.782 em dezembro, oito meses depois, um aumento de 343%. Isso correspondia a 9,84% do total de usuários de internet naquele país (Felipe & Martins, 2016). Segundo a mesma pesquisa, o programa distribuía 46,6 milhões de canções por mês, uma média de 1,56 milhão de arquivos por dia.

<sup>73</sup> Mais em <https://diffuser.fm/home-taping-is-killing-music-uk/>. Acessado em 18/11/2020.

<sup>74</sup> Nos processos movidos pela indústria fonográfica e da Recording Industry Association of America (RIAA) contra o Napster, advogados do serviço se baseavam na Lei de Gravação Doméstica, de 1992 que permitia cópias caseiras em fitas cassetes virgens que eram taxadas na venda e esses valores redistribuídos por artistas, autores, gravadoras e editores.

funcionários, armazenamento, distribuição, entre outros – e voltar às atenções ao digital. Porém, a indústria fonográfica não contava com a rapidez que serviços como o Napster<sup>75</sup> se popularizariam. A intenção era aumentar os lucros sob a forma de exploração de direitos autorais e em outros ambientes como videogames, telefonia, filmes, anúncios etc. E a disseminação gratuita de músicas pela internet ameaçava a estratégia. Ao mesmo tempo, músicos – principalmente os que já tinham alguma fama no mercado - começavam a ver com bons olhos a liberdade que a internet oferecia, entre outras, de não precisar de contratos com as majors, ou seja, receber diretamente ou negociar com pequenos selos em que as margens de lucros também seriam mais altas.

*Sob a alcunha de Moby, [Richard] Hall licenciou todas as músicas de seu álbum Play, de 1997, para comerciais das lojas de departamentos Nordstrom, American Express e dezenas de outras. Ele argumentou que sua música tinha mais chance de ser promovida, ouvida e vendida quando colocada em anúncios do que se ele recorresse a meios mais tradicionais. Ele também foi bem pago. O termo “independente” estava começando a adquirir novas conotações e descrevia quase todo mundo (Jarnow, 2012, p. 275).*

No ano 2000, vislumbrando o que viria a seguir, diversas empresas surgem na tentativa de “legalizar” o acesso à música via internet, através de *sites* acessados por meio de assinaturas. No entanto, não contavam com o auxílio das majors que não disponibilizavam o conteúdo, ainda sem confiar naquele modelo que seria usual nas *DSPs* – ou *Digital Streaming Platforms*, plataformas digitais de *streaming*- nos anos 2010. Muitas fechavam as portas antes mesmo de se desenvolverem.

*Empresas de streaming como a Listen.com permitiam ouvir apenas uma vez e não copiar. Havia empresas de rádio na Internet como a Spinner, comprada pela AOL. Outras ofereciam pequenas amostras de músicas e depois convidavam o público a comprar o CD eletronicamente. E havia empresas como a Liquid Audio Inc., que oferecia formatos digitais seguros para download de acordo com os termos de pagamento das gravadoras (Menn, 2003, p. 141).*

O Napster, na forma como foi concebido<sup>76</sup>, existiu até julho de 2001 quando seus servidores foram retirados do ar. Os sucessivos processos enfrentados, movidos pela indústria fonográfica, pela

---

<sup>75</sup> Antes mesmo do Napster, dois estudantes da Universidade de Santa Cruz, nos Estados Unidos, davam os primeiros passos no conceito de troca digital de músicas. Em 1993, Rob Lord e Jeff Patterson experimentaram meios para divulgar a música da banda de ambos, Ugly Mugs, em grupos na internet. Usando a tecnologia disponível até então, a do mp2, compactavam as canções do grupo e convidavam outras pessoas para ouvi-las através de softwares de reprodução. A ideia se transformou na IUMA, ou Internet Underground Music Archive, que serviria para disponibilizar - com a permissão dos artistas - músicas de bandas *underground*. Mesmo com as conexões lentas - o que fazia uma música de três minutos ser baixada em mais de meia hora - o IUMA atraiu fãs de todo o mundo, principalmente de países como Turquia e Rússia onde a música ocidental não chegava com tanta facilidade. Bandas locais e de outras cidades dos Estados Unidos eram incentivadas por usuários do IUMA a postarem músicas no sistema. (Menn, 2003).

<sup>76</sup> Hoje funciona como uma plataforma de *streaming* e serviços legais. Mais em <https://us.napster.com/about>. Acessado em 11/11/2020.

RIAA e motivados por artistas como a banda estadunidense Metallica<sup>77</sup>, fizeram com que o Napster fosse perdendo força até encerrar as atividades. Cerca de 20 mil pessoas foram processadas pela RIAA por downloads ilegais, inclusive pré-adolescentes e até menores de idade. Entretanto, novos *sites* ou softwares “piratas” eram lançados a todo instante e com estratégias de “segurança” maiores o que dificultava a ação de órgãos reguladores.

A realidade da época comprovava a inabilidade e a lentidão históricas que as grandes gravadoras tinham em relação às inovações tecnológicas em favor da manutenção de um oligopólio. Não era intenção das majors “formas novas e mais democráticas de distribuição de música” (Menn, 2003, p. 139), mas o lucro que poderiam gerar.

O tremor provocado pelo Napster não ficou só no digital. Bandas - grandes ou de médio porte - se sentiram impelidas a rever contratos com majors. Muitos artistas resolveriam se lançar de forma independente (como a banda inglesa Radiohead, por exemplo) provocando novas formas de acordos no mundo da música (Jarnow, 2012; Menn, 2003; Witt, 2015). Associações como a Records Artists Coalition<sup>78</sup> foram criadas em 2000 para representar bandas em relação a contratos e direitos conexos com majors, aumentando a representatividade e força de artistas junto às grandes empresas.

Porém, o que se viu na década seguinte (os anos 2010) foi a cooptação da “música desmaterializada” pela indústria musical na forma de softwares de *streaming* como Spotify, Deezer, Apple Music, entre outros na tentativa de frear a “pirataria”. Era a “plataformização”, a distribuição maciça da música através de softwares, seja por computadores ou, mais comumente ainda, telefones celulares. Novamente, assim como o Napster, essas criações surgiam pelas mãos de jovens do mundo da tecnologia e que viam no mercado fonográfico uma chance de fazer dinheiro. Eiriz e Leite (2017) observaram que uma das implicações imediatas dos serviços de streaming foi a ampla acessibilidade de música para os consumidores, uma vez que tornou-se mais fácil para eles obterem qualquer música em comparação aos modelos anteriores centrados em downloads.

Baseada numa premissa de democratização, com a popularização dessas plataformas esperava-se uma nova “era” na indústria musical em que gravadoras menores e artistas independentes teriam mais condições de mercado. Se por um lado parte disso realmente aconteceu (Hesmondhalgh

---

<sup>77</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=aQc0x5E9i0c> e <https://www.youtube.com/watch?v=BzGk0xY5Vh0>. Acessados em 21/12/2022.

<sup>78</sup> The Recording Academy® and Recording Artists” Coalition Announce Historic Alliance, 2009.

et al., 2019), por outro, autores enxergam nelas um processo de “reintermediação”, os novos serviços de *streaming* como novos varejistas e agregadores digitais no mercado. As *DSPs* são plataformas “orientadas para o consumidor” como dizem Hesmondhalgh et al. (2019), ou seja, para o consumo direto.

*A onda da plataformização do consumo de música vem a reboque de uma revolução anterior na indústria fonográfica: o espraiamento da música em formato digital .mp3. Com a prevalência desse formato de distribuição musical sobre os CDs e DVDs, a música deixou de ser vista como um bem físico e artigo de coleção (Plataformização do mercado fonográfico e análise dos dados do lançamento do álbum “Verniz”, da banda Zimbra, 2019)<sup>79</sup>.*

Com a implementação das *DSPs*, a prática de “pirataria” digital foi virtualmente erradicada, interrompendo um vazamento que inicialmente parecia incessante. Contudo, a integração crescente das novas plataformas com as grandes gravadoras tornou-se inevitável devido à maior exposição e ao aumento da receita proporcionados pela exploração de artistas de maior popularidade. Nesse contexto, as *DSPs* e as majors estabelecem uma relação de retroalimentação, uma vez que as grandes gravadoras disponibilizam o conteúdo mais rentável para as primeiras em troca de royalties e direitos de reprodução nas plataformas (Prey et al., 2020, p. 12). Além disso, é relevante notar que tanto a Universal quanto a Sony Music detêm participação acionária no Spotify (Prey et al., 2020).

Plataformas de *streaming*, segundo Morris (2020), acabariam operando da mesma forma que grandes gravadoras ao longo da história: na manutenção de um mercado homogêneo que privilegia poucos artistas com mais expressão em detrimento de uma maioria à margem<sup>80</sup>. Através de algoritmos ou sugestões editoriais, as plataformas digitais estariam na posição que já estiveram o rádio e majors: como “gestores” do gosto musical (Morris, 2020). Assim, músicos e gravadoras se veem pressionados a manter uma “presença ativa e visível para os fãs” (Morris, 2020, p. 2). Tanto gravadoras como artistas e bandas, mais que criadores de música, também passam a ser vistos como administradores de conteúdo.

*Ao usar qualquer uma destas plataformas para ouvir música, os usuários estão gerando dados – mesmo sem saber – sobre suas preferências e seus hábitos musicais: que tipo de música ele ouve, que canção ele ouviu mais vezes, quais são os*

---

<sup>79</sup> Em <https://labcon.fafich.ufmg.br/plataformizacao-do-mercado-fonografico-e-analise-dos-dados-do-lancamento-do-album-verniz-da-banda-zimbra/>. Acessado em 15/07/2020.

<sup>80</sup> “Um consumidor comum gasta normalmente US\$ 40 por ano em música gravada. Se assinar um serviço de *streaming* gastará cerca de US\$ 120 por ano (US\$ 10 por mês vezes 12 meses)” (McDaniels como citado em Arditi, 2014).

*artistas que integram suas playlists, que dispositivos ele usa para ouvir suas músicas, que músicas ele acha importante ter salvas em seu dispositivo etc. Toda essa informação pode, e é, usada por anunciantes, agências de distribuição de música e pelas próprias plataformas (Plataformização do mercado fonográfico e análise dos dados do lançamento do álbum “Verniz”, da banda Zimbra, 2019).*

Durante o começo dos anos 2000, uma quantidade significativa de músicos adotou o discurso das *majors* de que a troca online de músicas era maléfica para o mercado e para artistas. O debate nunca chegou sobre como as grandes gravadoras foram lentas para responder aos softwares de compartilhamento musical, uma vez que estas já tinham em mente planos de desenvolver a música online, sem intermediários. Os mesmos artistas que hoje protestam pelos baixos valores repassados pelas plataformas de *streaming* (ou pelas próprias gravadoras onde estão) eram o que faziam coro contra a troca online de músicas pela internet. Não se falava em redução de impostos para os bens culturais, o que poderia forçar a queda de preços dos discos físicos, incentivando a compra. A crise instaurada pela própria indústria ajudou a fechar lojas de discos que, somada à facilidade de acesso a internet foram das razões para a popularização da “pirataria”.

*[S]egundo Pedro Abrunhosa, “a Internet parece funcionar a favor dos consumidores, fornecendo-lhes, a custo zero, serviços e bens que, na realidade, deveriam ser remunerados”. Isto gera um conjunto de danos irreparáveis na indústria do entretenimento, no geral, e na indústria fonográfica, em particular, prejudicando toda uma cadeia produtiva e interdependente. Segundo o mesmo artista, “trata-se da depauperação, a longo prazo, de toda uma cadeia de produção cuja criatividade, ao não ser remunerada, deixará, a seu tempo, inevitavelmente de existir, caso não se encontre forma de regulamentar este novíssimo formato de concorrência puramente desleal” (Covas, 2008, p. 45).*

Neste universo de possibilidades praticamente infinitas de escolhas musicais, gravadoras menores precisaram se reinventar. Selos indie moveram esforços, além na difusão de conteúdo online, no investimento em festivais em cidades de pequeno e médio porte como fator de exposição. A música ao vivo ganhava ainda mais valor para esses selos e para a indústria em geral. No período compreendido entre 1999 e 2009, houve um aumento significativo, mais do que triplicando, nas receitas provenientes da venda de ingressos para espetáculos na América do Norte, conforme destacado por Witt (2015, p. 213). Ainda de acordo com o autor,

*[e]m 2011, pela primeira vez desde a invenção do fonógrafo, os estadunidenses gastaram mais dinheiro com música ao vivo do que com música gravada. Em 2012, as vendas de músicas no formato digital na América do Norte ultrapassaram as de CDs. Em 2013, as receitas geradas pela assinatura e pela venda de anúncios dos serviços de streaming pela primeira vez ultrapassaram 1 bilhão de dólares (Witt, 2015, p. 240).*

As mudanças no meio musical observadas neste século foram moldadas por desenvolvimentos na área da tecnologia da informação, através das chamadas *start-ups*. As grandes indústrias musicais acabariam se aproveitando dessas criações para manter oligopólios. Enquanto as modificações na forma como se consumia música no século XX foram influenciadas por mudanças socioculturais e as empresas de eletrônicos de consumo (Hesmondhalgh & Meier, 2018). Hoje, são as *start-ups* ou empresas de tecnologia que influenciam o consumo musical. O *streaming* já responde por mais de 75% da receita da música gravada nos Estados Unidos, principal mercado no mundo<sup>81</sup>. Observa-se uma queda dos downloads e há menos mídia física disponível, como causa e consequência do aumento crescente do número de assinantes das *DSPs* (Passman, 2021).

Mas para Byrne (2014, p. 247), o que existe hoje como gravadora poderá, em breve, ser avançado para o que ele chama de “entidade”, um “consórcio”, que gerenciaria as atividades de artistas como um todo. Um modelo que já vem sendo aplicado por diversas gravadoras indie na última década - e que merecerá atenção especial adiante, como a gestão 360°. No caso das indie, esse tipo de gerenciamento se mostrará sob os preceitos do gênero: proximidade, incentivando novas aptidões, o investimento no afeto, na educação, entre outros. Porém, veremos a seguir como surge e se desenvolve o indie de forma mais profunda em processos não lineares, conflituosos, desorganizados, reorganizados, a fim de se manterem ativas e sustentáveis. São evoluções pautadas por revoluções, fracassos, mas, principalmente, vanguarda.

---

<sup>81</sup> <https://www.riaa.com/u-s-sales-database>. Acessado em 22/11/2022.

### 3. UMA GENEALOGIA DAS INDIE LABELS

*Essa música não se destina a um público de massa  
nem parece que conseguiria atingi-lo.  
Ela fala com paixão desorientada e inteligência crítica  
indisfarçada, fortes o suficiente para levar novos públicos  
a se identificarem: de preferência, públicos  
exaltados e críticos o bastante para manter os  
músicos questionando seu próprio trabalho*  
(Marcus, 2006, p. 60)

#### 3.1. COMEÇOS

O termo indie começou a ser veiculado na imprensa musical no fim dos anos 1980 como abreviatura para independente, por não haver uma alcunha que melhor resumisse a atividade daquelas novas gravadoras que não possuíam ligações com majors, mas também tinham *modus operandi* diferentes das independentes até então. Tratava-se de iniciativas que se baseavam na liberdade artística, criatividade, novas formas de expressão e de encarar o mercado fonográfico (ainda que fossem majoritariamente fundamentadas no total desconhecimento deste). Seria a primeira vez que um gênero ganhava nome devido ao modo de produção e não por uma eventual sonoridade que representava, sendo diretamente produtora de consciências sobre o papel da música na vida cotidiana (Hesmondhalgh, 1996, p. 257). Eram empreendimentos operados a partir de quartos em endereços privados, por um ou dois indivíduos que realizavam todas as tarefas para o lançamento de um registro fonográfico. Hunter (2003) observa que essas iniciativas frequentemente se originavam de contextos locais de produção musical e setores comerciais relacionados, como lojas de instrumentos e discos, além de locais de entretenimento que desempenhavam papéis cruciais. Gravadoras indie são retratos dos seus tempos com olhos para o futuro e responsáveis pelo surgimento de diversos gêneros e formas de se trabalhar a música (Shuker 1998).

Nestes cenários, o indie empoderava o seu modo de produção através do *do-it-yourself* e do *do-it-together* e pelas relações formadas em suas coletividades. Este *modus operandi* seria o que determinaria a diferença em relação aos demais tipos de gravadoras e o seu valor impactando em modos de transformar o cotidiano de seus entusiastas. Se a existência humana é plural, como diz Maffesoli (2014), logo, os “produtos” desta também devem ser plurais e distintos entre si. Estes selos são formados com base em uma série de crenças sobre o papel da música na vida de sociedades e de indivíduos (Lee, 1995) e em como é importante fazer da arte uma prática liberta de pré-conceitos e acessível a todos. Quando surgiram, as gravadoras indie representavam independência estética e eram fundamentadas na ética da democratização: a música deveria ser feita por todos e para todos.

Representavam a “necessidade de sobreviver à margem do mainstream, de forma autodidata e contrária ao sistema capitalista” (Guerra, 2018, p. 7).

Ser independente como elas significava

*autofinanciar a gravação e distribuição de música, operando com orçamentos apertados e negociando com parceiros afins em lojas de discos independentes e a complicada rede de editores de fanzine e promotores de shows (...) [e] uma mídia alternativa (King, 2012b)<sup>82</sup>.*

A abordagem ao mercado, a forma como seleciona artistas, como produz os fonogramas, o impacto no nicho e a fomentação da cultura local são alguns dos fatores mais significativos que fazem uma gravadora ter a alcunha de indie. A identificação do selo indie com seu público se dá através de métodos de vanguarda, mas também pelo território, pela proximidade, por afetos e pela participação ativa em uma cena em que a gravadora é o farol, o eixo, conferindo identidade. Atualmente, os selos indie agregam a esta realidade uma economia de aglomeração, ou seja, a propagação dos efeitos positivos do fomento da criatividade e da produtividade no desenvolvimento de localidades (Krueger, 2019).

Apesar de ter raízes em 1976 (ver capítulo 2) o entendimento do que viria a ser o indie só aconteceria alguns anos mais tarde. A ideia de independência à indústria fonográfica encontrava resistência mesmo entre figuras emblemáticas do *punk rock* como por exemplo Malcom McLaren (manager da banda Sex Pistols<sup>83</sup>) e Danny Baker (editor do fanzine Sniffin” Glue<sup>84</sup>). Para eles, a popularização do gênero passava pelo sucesso via grandes gravadoras, em usá-las para atingir maiores audiências. Não podemos nos esquecer que o *punk*, enquanto produto musical, era ligado às majors. Basta ver que três dos grandes ícones do estilo - Sex Pistols, Clash e Ramones – eram artistas de gigantes do ramo como Virgin, CBS e Warner, respectivamente.

Até o surgimento das primeiras gravadoras indie, a produção Independente era vista como um suporte para as majors. No entanto, para “*mavericks*” como Tony Wilson, da Factory Records, baseada em Manchester, Inglaterra, um tipo de música mais desafiadora feita por bandas como Durutti Column, Joy Division, entre outras, necessitava de uma indústria própria e adequada para elas (Middles, 2009).

---

<sup>82</sup> Em <https://www.theguardian.com/music/2012/mar/22/indie-record-labels-changed-world>. Acessado em 27/07/2017.

<sup>83</sup> <https://www.sexpistolsofficial.com/>. Acessado em 21/12/2022.

<sup>84</sup> <https://www.theguardian.com/music/2019/dec/10/how-we-made-sniffin-glue-punkfanzine>. Acessado em 21/12/2022.

*Embora as margens fossem baixas, em certo sentido essa economia ajudou a criar um estilo próprio - uma abordagem filosófica e prática que definia como a gravadora e seus artistas agiam, bem como o som geral das gravações que eram lançadas (Shepherd, 2016, p. 74).*

Ao demonstrar que eram possíveis outros meios de se produzir música, as gravadoras indie buscavam ameaçar o oligopólio comercial e estético das majors, fazendo crer que para além do *do-it-yourself* e do *do-it-together*, havia a *record-it-yourself* (Reynolds, 2005). Ou seja, qualquer pessoa poderia não só ter uma banda, mas gravar e produzir um disco dela ou de amigos. Tudo passava por criar destinos, estruturas musicais baseadas na autossuficiência e na ética, representando a antítese das grandes gravadoras (Cavanagh, 2000, p. VIII). A influência libertária que é a base para a revolução iniciada pelas primeiras gravadoras indie tem fundamento tanto no *punk rock* quanto na contracultura dos anos 1960. A combinação da música como ferramenta de engajamento político e social tornou a arte um símbolo de resistência. Isto se refletiria no surgimento de um novo tipo de manager, mais próximo e alinhado com os artistas.

Hesmondalgh (1996, p. 53) observa que essa nova geração de empresários compartilhava a perspectiva dos músicos de rock de que a música era uma forma de arte e que a arte deveria manter uma autonomia em relação a interesses comerciais, embora ainda pudesse colher benefícios financeiros. Durante o auge do *rock*, esses gestores estavam cada vez mais focados em negociar acordos favoráveis para os músicos e em protegê-los das práticas mais prejudiciais da estratégia de vendas das gravadoras. O objetivo central deles consistia em alcançar uma autonomia significativa dentro do sistema comercial preexistente.

Devido a essa proximidade, gravadoras indie despertam nos seus fãs sentimentos de pertença resultando em relações de confiança. Tudo o que fosse divulgado por esses selos seria digno de ser comprado e indicado – prescrito (King, 2012b). O indie tornava-se um “porto seguro” para indivíduos que não se viam traduzidos – ou simplesmente não gostavam – pela música veiculada pelos veículos de massa. Os selos indie representavam esses nichos, pois eram criadas por sujeitos vindos também de pequenos agrupamentos, pequenas comunidades, entendiam os anseios e necessidades desses públicos. Como diz Iain McNay, manager da Cherry Red Records<sup>85</sup>, sobre o período e o crescimento das gravadoras da época: “todos estavam muito animados porque era algo novo. As pessoas só queriam

---

<sup>85</sup> Mais em <https://www.cherryred.co.uk/>. Acessado em 01/07/2015.

nos apoiar de alguma forma. Elas compravam discos que “sequer tinham ouvido” (como citado em Parker, 2020, p. 34). Também nessa linha Murphy diz que:

*Por décadas, a maioria das gravadoras operaram na assunção que estavam entregando o tipo de música que as pessoas queriam. No entanto, Geoff Travis, fundador da Rough Trade, sempre teve uma visão oposta: “o mercado fonográfico é criado artificialmente e pode não ser o que as pessoas comprariam se tivessem alternativas” (Murphy, 2015, p. 326).*

Mesmo localizadas em diversas partes do globo, os *modi operandi* dos selos conectava esses nichos. A fidelidade a uma ideologia igualitária os une. As gravadoras indie se tornam porta vozes de comunidades e cenas, prescritoras da música feita desses locais. E a prescrição, conforme Moisés de Lemos Martins (2004b), ocorre em duas vias, a de associação e a de distinção.

*“O restaurante é bom, vai a esse”, o sentido de bom está contido inteiramente na intenção que eu tenho de aconselhar um restaurante, o que quer dizer, na conclusão “vai a esse”. E a mesma coisa com o enunciado “O restaurante é caro, não vás a esse”. O sentido de caro está contido na intenção que eu tenho de desaconselhar um restaurante, o que quer dizer, na conclusão “não vás a esse” (Martins, 2004b, p. 99).*

King (2012b, p. 20) descreve um selo indie como fundamentalmente caracterizado pela fusão de design sofisticado, estratégias de marketing criativas e uma atitude geralmente contrária à abordagem industrial. Estar numa gravadora indie significa controle sobre o destino. O domínio dos meios de produção empodera, dá autonomia. Um selo indie, na sua gênese, é:

*[a]utofinanciado, focado nos artistas e um produto do desejo de um fã de música interessado em relacionar-se diretamente com o objeto de sua obsessão, o selo indie normalmente tem início com zero planejamento, direto de um quarto, garagem ou cama (King, 2012, p. xviii).*

Mais do que instigar elitismo, selos indie como 4AD ou Factory Records evocavam novas linguagens e práticas experimentais que não se observava com facilidade nas majors. Se o modo de produção é o primeiro fator de diferenciação do indie, é natural que se busque constantemente meios e maneiras de se reinventar, sendo usual a mescla de estilos e gêneros musicais. Nestes selos, músicos anseiam autonomia criativa. Isso faz dos selos indie heterogêneos e únicos entre si. São geridos por indivíduos que têm ligação direta com suas regiões e/ou desejam imprimir e reconfigurar suas referências musicais nelas. São histórias de vida singulares surgidas em contextos diversos. Portanto, para analisar uma gravadora indie é crucial entender as circunstâncias geográficas e em como diferentes ambientes e os tempos agem sobre esses meios de produção (Barracco, 2014).

Porém, para ficar claro o que realmente significa “ser indie”, antes, é necessário discutir o termo e a sua demarcação de outros erroneamente associados ao gêneros.

### **3.2. INDIE *VERSUS* INDEPENDENTE. INDIE *VERSUS* ALTERNATIVO. INDIE *VERSUS* MAJORS**

Conforme discutido anteriormente, em suma, a categorização do indie como gênero musical está intrinsecamente relacionada aos métodos de produção empregados. Paralelamente, ao longo da evolução histórica da indústria fonográfica, as gravadoras independentes, de certa forma, mantinham vínculos com as grandes gravadoras, motivadas por diversas razões, tais como acordos de distribuição e gravação. As práticas comerciais das gravadoras independentes compartilhavam semelhanças com as diretrizes que regiam as majors, sendo uma de suas metas a identificação de novos talentos, que posteriormente seriam negociados com as grandes gravadoras (Drijver et al., 2017).

Por outro lado, o conceito de indie se configura como uma celebração da recusa ao status quo, da apreciação pelo “diferente” e das novas expressões musicais à margem do mainstream. Os selos indie se percebem como verdadeiramente independentes, simbolizando a liberdade artística e a autonomia em relação à indústria fonográfica. Eles representam a vanguarda, buscando, por meio das éticas do DIY (faça você mesmo) e do DIT (faça em conjunto), modernizar e democratizar o acesso aos meios de produção musical. O indie carrega consigo signos e significados que não são compartilhados pelo termo “independente”. Nesse contexto, é essencial demarcar a fronteira com o *mainstream*, mesmo em uma era em que essa relação tem se aproximado mais, porém, de formas distintas.

No século XXI, com a suposta extinção de um “nível médio” de mercado, situado entre o mainstream e o underground, observa-se um “fosso” que separa artistas de grande renome dos menos conhecidos (Krueger, 2019). Essa distinção emerge devido à mudança de foco das grandes gravadoras, que, com a ascensão das DSPs, passaram a concentrar suas atenções exclusivamente em artistas de alto desempenho e popularidade nas redes sociais. Para conquistar espaço nessa fatia do mercado, anteriormente considerada como “traição” ou “adesão ao sistema”, os selos indie buscam estratégias para aumentar sua competitividade. Atualmente, muitas - se não a maioria - das gravadoras indie contam com profissionais em áreas como assessoria de imprensa, vendas, marketing, engajamento com o público, agendamento de shows, entre outras funções (mesmo que, por vezes, desempenhadas pela mesma pessoa).

Gray (1988) categoriza as gravadoras independentes em dois tipos, conforme sua postura em relação ao mercado: 1) “estruturais”, que se distinguem das majors principalmente pelo tamanho, mas compartilham práticas similares; e 2) “ideológicas”, representadas pelas gravadoras indie. Em uma perspectiva mais pragmática, Negus (1992) argumenta que a oposição entre indie e independentes não faria sentido numa relação entre comércio e criatividade na indústria discográfica.

O propósito de deixar claras diferenças de simbólicas e mercadológicas entre indie e independentes encontra eco em autores (Burnett, 1996; Frith, 1996) que sugerem que a única questão que difere as últimas em relação ao *mainstream* é o poder financeiro. Frith (1996) cita os exemplos das gravadoras estadunidenses Atlantic, Sun Records, Motown quando artistas desses selos inevitavelmente rumavam para majors, muitos descobertos com esse intuito, ou eram envolvidos em contratos de distribuição<sup>86</sup>.

Em 1979, a criação do *Indie Charts* marcou um momento significativo para a definição do que viria a ser conhecido como indie. A lista, composta exclusivamente pelos artistas indie mais vendidos no Reino Unido e divulgada semanalmente por publicações especializadas, foi idealizada por Iain McNay, gerente da Cherry Red Records<sup>87</sup>. O critério central para figurar nessa lista era a ausência de vínculos com grandes gravadoras. Em outras palavras, tanto o álbum quanto a gravadora precisavam ser completamente autônomos em termos de distribuição, produção, publicidade, entre outros, sem depender de qualquer assistência ou recursos das majors (Cavanagh, 2000).

Um exemplo emblemático da confusão semântica entre indies e independentes é observado no caso da gravadora britânica PWL, fundada em 1987, que lançou artistas de enorme sucesso como Rick Astley e Kylie Minogue. O selo, criado por Peter Waterman, operava sem envolvimento com grandes gravadoras, mas sua abordagem não compartilhava qualquer semelhança “ideológica” com gravadoras indie. Embora agisse como uma gravadora independente, buscando lucro e atuando como uma “incubadora” de artistas para as majors, a PWL desejava ser reconhecida como indie, apesar de não se alinhar com a definição original do termo. A gravadora chegou a ter seus lançamentos retirados do

---

<sup>86</sup> Por exemplo, a Island Records, surgida em 1959, criada por Chris Blackwell e Graeme Goodall, era tida como a maior do ramo no Reino Unido até ser vendida em 1989 para a Polygram por 272 milhões de dólares. A questão de independência até então da Island pode ser discutida uma vez que o selo (que tinha no seu cast nomes de peso do reggae como Bob Marley, Aswad, Steel Pulse; do *rock* progressivo como King Crimson ou Emerson, Lake and Palmer; e do pós-*punk* britânico como o U2) possuía contratos de distribuição com a Capital, Warner, Atlantic e Phonogram (Ogg, 2009). Porém, como diz Ogg, não é possível subestimar o papel da Island no desenvolvimento de uma cultura de gravadoras independentes (2009).

<sup>87</sup> O primeiro single que liderou a primeira listagem foi “Where’s Captain Kirk” (Rough Trade Records), da banda Spizzenergi, em 19 de janeiro de 1980, sendo o primeiro álbum “Dick Wears White Sox”, da banda Adam and the Ants (Do It Records) (Parker, 2020).

Indie Charts devido à pressão de outras gravadoras indie, mas posteriormente foi readmitida, uma vez que dominava a lista da época, tendo vendido mais de 500 milhões de cópias de seus artistas. “Você teria dificuldade em ouvir qualquer guitarra em um álbum da PWL, mas, por causa de seu status, eles se qualificaram para as paradas indie. E o resto da indústria não gostou” (Radcliff, como citado em Logue, 2015).

O exemplo da PWL ilustra claramente que uma gravadora indie se baseia em vieses mercadológicos, afinal trata-se de um empreendimento, mas fundamenta-se **principalmente** em conceitos estéticos, ideológicos e até filosóficos. Sua essência não reside apenas em sonoridades ou status econômico, mas sim no ethos, na liberdade artística, no tratamento, no sentimento de família, na democratização de espaços, no combate à precariedade e na apresentação como produtoras de estéticas musicais desafiadoras, sem barreiras comerciais. Isso não implica, no entanto, em virar as costas para o mercado, pois, como mencionado, são empreendimentos. Assim, há sempre o desejo de se inserir no mercado por meio de práticas próprias e distantes das convenções da grande indústria fonográfica. O indie, segundo Geoff Travis, ajuda a “construir estruturas fora do mainstream, que ajudam a se infiltrar no mainstream” (Travis, manager, Rough Trade, como citado em King, 2012b, p. xxv). A intenção era “vencer as majors no jogo delas” (Radcliff como citado em Logue, 2015).

Assim, para analisá-lo como uma iniciativa na busca da abertura de mercados para a disseminação de suas produções, é necessário afastar-se de uma visão romanceada do indie. A profissionalização observada nas duas últimas décadas evidencia um movimento de organização desses selos em busca da autossuficiência, algo que não era comum na esmagadora maioria dos selos nas décadas de 1980 e 1990. Embora a precariedade e a falta de recursos ainda persistam, a gestão mais consciente tornou-se uma característica mais comum entre as gravadoras indie a partir do novo século.

Gravadoras indie são, como diz Lee, articuladores culturais mais do que simples negócios (1995, p. 14). Um selo indie “representa um espaço contestado onde significados de cultura e capital interagem” (Lee, 1995, p. 29). Assim, a concepção de “sucesso” para uma gravadora indie é algo relativo. Depende muito de metas estabelecidas no princípio – ou da falta delas - e do comportamento dos seus *managers*. Há variáveis que precisam ser levadas em conta quando falamos em “triunfo” ou “fracasso” de um selo indie, como, por exemplo, qual deles seria o legado para uma comunidade, país enquanto forma de cultura.

Ainda mostra-se relevante, dentro dos termos utilizados pela imprensa e pelos fãs em geral, ressaltar a diferença não apenas entre “indie” e “independente”, mas também entre “indie” e o termo “alternativo”, frequentemente usado - e erroneamente - para se referir a bandas e gravadoras com orientações semelhantes. Fundamentalmente, “alternativo” foi a denominação apropriada por grandes corporações e popularizada principalmente pela MTV estadunidense para apresentar bandas e artistas que imitavam uma estética indie, mas estavam vinculados a majors. Essas eram moldadas pelas grandes gravadoras como “opções” para artistas até mesmo pertencentes a essas mesmas empresas, em um monopólio de ofertas.

Segundo Kruse, “alternativo” é um rótulo criado e imposto pela indústria cultural (1993, p. 35). Não é novo. De acordo com Shuker (1998), desde o fim dos anos 1960, o rótulo *rock alternativo/música alternativa* vem sendo utilizado para se referir à música popular que é considerada menos comercial e popular, mas mais genuína e não convencional. E, curiosamente, ainda segundo o autor, o termo foi usado na época como resposta a cooptação da música em geral pela grande indústria fonográfica. Porém, nos anos 1990, segundo Andrade, foi usado pelas majors como fato de atração ao tentar “corresponder à sensibilidade “romantizada” dos hábitos de consumo de alguns grupos sociais (Andrade, 2023, p. 425).

No entanto, segundo Robb (2023), o termo pode ser compreendido como um artifício utilizado pela imprensa britânica no final dos anos 1970 e início dos anos 1980 para descrever a nova música que surgia após a explosão do *punk rock*, posteriormente conhecida como *pós-punk*.

Nos anos 1990, o termo “alternativo” passou a representar um novo mercado construído para exploração por grandes empresas, visando comercializar uma estética semelhante à do indie, sendo mais associado ao que estava em voga (especialmente no *rock*) nos Estados Unidos no início daquela década. Tornou-se uma categoria de marketing, com vários lançamentos de majors sendo rotulados como “alternativos” nas prateleiras das lojas de discos (Shuker, 2005), uma versão “polida” do indie para as massas. Nesses casos, Kruse expressa ceticismo em relação ao uso do termo “alternativo”, argumentando que ícones alternativos, como a banda norte-americana Throwing Muses, ou uma artista de grande sucesso como Madonna - que, em certo momento, pertenciam a mesma gravadora, a Warner - estariam sob a mesma estratégia das majors: gerar receita (1993, p. 34).

Entretanto, outros autores consideram que “alternativo” pode denotar um comportamento, uma maneira de se posicionar em relação ao mainstream para além da música. Como observado por

Hesmondhalgh et al. (2019), o termo “alternativo” poderia ser utilizado para descrever expressões culturais e práticas de produção cultural que estão excluídas ou em oposição a uma espécie de “mainstream”, particularmente aquelas associadas a entidades corporativas comerciais ou ao governo. Essas manifestações culturais, de alguma forma, se distinguem ou desafiam as normas tradicionais estabelecidas.

*A noção de “alternativa” musical está fortemente ligada a instituições culturais independentes” ou não corporativas e não estatais, especialmente gravadoras, distribuidores e lojas, e com um foco especial em alcançar maiores graus de autonomia coletiva e controle para agrupamentos de músicos, públicos e outros (...). Focar na alteridade e na independência, portanto, requer atenção aos valores e práticas estéticas, textuais e culturais, bem como à economia política, práticas de negócios e possibilidades de softwares (Hesmondhalgh et al., 2019, p. 2).*

Em relação às majors, a diferenciação pode parecer mais clara. No entanto, é crucial destacá-la como uma maneira de evidenciar as características distintivas do indie, por meio da negação. A partir da década de 1980, os selos indie trouxeram visões de vanguarda sobre como o mercado fonográfico poderia ser abordado, tendo como “bandeira” a resistência ao mainstream, que era visto como um mero promotor de “consumidores passivos e limitados que reproduzem o que já existe” (Ulusoy, 2016, p. 251). Ulusoy argumenta que, para as majors, a música é tratada como uma mercadoria, desprovida de valor simbólico e voltada para o lucro, ignorando os valores socioculturais e ideologias embutidos, o que a distingue de uma mercadoria típica não midiática (Gracon, 2010, p. 221). Além de parte de grandes conglomerados de comunicação ou de eletrônicos, Abreu diz que:

*Serge Denisoff [1990] define as grandes companhias, ou majors, as maiores e mais estáveis das companhias fonográficas, que possuem os seus próprios sistemas de distribuição e fábricas de impressão e reprodução e que beneficiam de elevados volumes de vendas. São parte de grandes conglomerados, com interesses comerciais diversos para além da música. As majors são empresas de grande volume, que trabalham com um grande número de artistas, uma pletora de géneros musicais e de títulos em catálogo (Abreu, 2010, p. 120).*

Para Hesmondhalgh & Meier, as grandes empresas do ramo fonográfico podem ser descritas como “corporações”, caracterizadas por sua integração vertical, robusto financiamento e dimensões significativas. Elas detêm uma significativa fatia de mercado, graças ao seu controle nas áreas de distribuição, financiamento e fabricação. Essas grandes corporações coexistem com uma multiplicidade de empresas menores que operam principalmente em áreas geográficas específicas e/ou atendem a nichos culturais particulares (Hesmondhalgh & Meier, 2015, p. 01).

Para o meio indie, o *mainstream* é reflexo de um mundo sem risco, repetitivo, “conservador”, que faz questão de manter distâncias “seguras” entre artistas e público a fim de mistificar essa relação, reforçando o *status quo* e comercializar mitos. Mesmo com todas a proximidade de práticas das indie com as grandes gravadoras, permanece até hoje a noção de que estar numa major é ter uma experiência desempoderadora e desigual (Strachan, 2007). As grandes gravadoras seriam uma metáfora para o capitalismo e da sociedade ocidental como um todo, transformando a música em commodities para o consumo sem qualquer reflexão ou afeto.

Isto se dá por que elementos mais essenciais e revolucionários dos estilos de música popular são enfraquecidos e desvalorizados quando são absorvidos pela indústria musical convencional. Esse processo de estandardização também resulta na remoção de quaisquer mensagens ideológicas ou políticas, sendo substituídas por uma postura “generalista” (Crooke 2008).

Assim, na disputa do mercado, autenticidade e a vanguarda são as grandes unidades de valor para as indie. No entanto, até mesmo esses preceitos sempre foram passíveis de cooptação pelas majors, como vimos acima com o “alternativo”, transformando “rebelião em *commodity*” (King, 2012, p. 11). Ou seja, mesmo uma produção calcada em princípios éticos e ideológicos é passível de ser “vulgarizada” e comercializada pelas majors.

De acordo com De Nora (2003), Adorno argumenta que o valor da música como mercadoria é resultante de sua função psicológica, isto é, sua habilidade de proporcionar prazer, sensações e uma sensação (ilusória) de segurança mediante pagamento monetário. Dessa forma, a música é reinterpretada como a máxima expressão da função capitalista - um produto que oferece satisfação. Porém, a autora destaca o ambiente “multi-texturizado”, composto por uma gama de diferentes iniciativas (indie, independentes, majors) e em como as relações entre elas poderiam modificar as estruturas deste tipo de universo nos mais diferentes territórios como vem acontecendo nas últimas décadas. Lee (1995) argumenta que seria inevitável para as gravadoras que operam dentro de um modelo de total independência acabassem por assumir a “lógica do capitalismo” das majors a fim de se sustentar, o que é em parte verdade, mas é preciso enxergar as diferenças entre se profissionalizar e entender a diferenças entre práticas de mercado e a aplicação simples e pura de conceitos do capitalismo.

Nos primeiros singles indie lançados no final da década de 1970, além de serem tentativas de se fazerem ouvir em um mercado dominado por grandes gravadoras, eram uma “reação ao

determinismo econômico da era do punk” (Ogg, 2009, p. 132). Em outras palavras, representavam uma resistência à invasão das majors na cultura punk, causada pela falta de selos e modos de veiculação de forma independente (Ogg, 2009, p. 223). Mesmo o punk, um movimento que buscava combater a estratificação da música, acabou sendo “normalizado” para o grande público por meio das majors, evidenciando a capacidade da indústria fonográfica de incorporar comportamentos considerados “marginais” e reformatá-los como produtos.

*Marx e Engels postularam que a ideologia permite que o modo de produção se reproduza - portanto, quando a (s) força (s) revolucionária (s) muda (s) esse (s) modo (s), a classe dominante (que não é uma tendência a vê-la como a maior no contexto) tentará criar uma sociedade para proteger sua ordem econômica. No final dos anos 70, as tentativas tardias e chocadas dos maiores de cooptar a geração punk podem ser vistas como um exemplo perfeito desse efeito. A resistência a isso e a vitória da independência como conceito provaram ser virais (Ogg, 2009, p. 132).*

A expansão do indie nos anos 1990 devido ao repentino e estrondoso sucesso de bandas como o Nirvana nos Estados Unidos e Oasis no Reino Unido, foi a fagulha para buscas incessantes por parte das majors por novos artistas. Desse modo, o contato entre indie e majors despertou nas primeiras o sentimento de que era possível tomar parte do mercado sem ser preciso ceder às regras deste. Aprenderam com a proximidade das majors modos de reger finanças, maior organização e em como negociar melhores acordos, movimento que aflorou no fim dos anos 2000 e início da década de 2010.

Greil Marcus exemplifica a situação na qual diversos selos indie se encontravam nos anos 1980 e 1990 antes de perceberem que poderiam ser uma via para um mercado que se fragmentaria no novo século.

*O selo indie - digamos com um artista de sucesso e um monte de críticas favoráveis - fecha um contrato com uma major para “produção e distribuição”: detalhes práticos e fundamentais, nada mais. A indie anuncia que manteve “o completo controle artístico”, contrata todo tipo de artistas interessantes e lança um monte de discos num tempo curtíssimo. Como a capitalização real da indie (...) consiste em pouco mais que a reputação do seu único artista de sucesso, a major encoraja a indie a resolver seus problemas de capital de giro aceitando uma enorme quantia de dinheiro como adiantamento. Todo mundo fica feliz até que a indie descobre que tem uma dívida monumental e que as receitas mensais não cobrem sequer os juros. A major cobra os empréstimos, dissolve a indie ou a reduz a um selo de fachada, e fica com os direitos do único artista bacana que ela havia descoberto. A contradição aqui está na noção de que o controle artístico existe independentemente dos meios de produção - ou que os meios de produção não têm de significado estético (Marcus, 2006, pp. 76–77).*

A música para as massas era produzida, como prega a Escola de Frankfurt (Adorno, 2011; De Nora, 2003), pela indústria cultural infiltrada na vida cotidiana e pela oferta cada vez maior de um prazer fácil e sem grandes preocupações. Ela “tomava conta” de atividades de lazer sob formas estandardizadas e controladas de entretenimento, o “não-pensamento”, adquirindo “controle sobre os desejos e, finalmente, os destinos de “audiência cativa”” (Bennett, 2005, p. 16). Desse modo, podemos aferir que, através de um processo de homogeneidade do gosto, as majors apostam num processo de “anestesiamento da vida”, através da anulação da escolha, da preferência, da busca. (Martins, 2011b, p. 62).

Da mesma forma, o capitalismo passou a dominar não apenas a vida no âmbito profissional, mas também no lazer. Conforme argumentado por Adorno (citado em Bennett, 2005), a música voltada para o entretenimento das massas representava uma forma de alienação, uma espécie de relaxamento que se afastava do ideal de produção musical baseado nas premissas da arte. Segundo essa perspectiva, a verdadeira música artística só poderia ser apreendida após uma extensa compreensão e por meio de uma “experiência elevada”, exigindo um aprendizado que permitisse ao ouvinte transcender o mundano (Bennett, 2005). O que antes era considerado uma postura elitista por parte do indie, exigindo justamente essa “experiência elevada” para integrar alguém nesse meio, agora cede lugar ao compartilhamento desse conhecimento. Para conquistar uma fatia do mercado que se tornou mais dispersa nos anos 2000 (referente ao já mencionado mercado "médio"), as gravadoras indie perceberam a necessidade de ampliar fronteiras, adotando preceitos éticos que as qualificassem como formadoras de gosto e opinião. Esses selos mostraram-se mais receptivos e ágeis em relação a essas dinâmicas, estando “mais atentos ao que acontecia no contexto das cenas musicais locais, aos seus artistas e à diversidade de tendências musicais em circulação” (Abreu, 2010b, p. 123).

Da mesma maneira, o modo de produção do indie surgiu como uma resistência à massificação da música. A expressão artística, o aspecto lúdico na produção de arte, não seria mais uma mera extensão das horas de trabalho, mas sim algo levado a sério a ponto de gerar novas carreiras e relações. Ao desmistificar o acesso à produção musical, o indie representava a arte democrática, a música produzida sem restrições e limitações, guiada pelo gosto, valores simbólicos e afetos. Dessa forma, as produções das gravadoras indie são imbuídas estéticas que podem se perder com a reprodutibilidade da obra de arte (Benjamin, 1987).

Da mesma forma, embora haja uma profissionalização dos selos indie e um maior entendimento do mercado, é a autenticidade dessas gravadoras que mantém o espírito de

independência. Obviamente, nem todos são imunes ao capitalismo das majors. Por diversos motivos, geralmente financeiros, ou devido à alienação ao entrar em contato com as majors, há selos que perdem suas “unicidades”, singularidades, transformando-se em uma “existência serial”, amorfa, característica das grandes gravadoras. Como Benjamin afirma, “é fácil identificar os fatores sociais específicos que condicionam o declínio atual da aura. Ela deriva de duas circunstâncias, estreitamente ligadas à crescente difusão e intensidade dos movimentos de massas” (Benjamin, 1987, p. 170). Em outras palavras, os selos indie não podem ser dissociados do ritual e dos processos que lhes dão nome.

De acordo com Hibbett, o *mainstream* é uma “camada, que uniformiza e suprime a liberdade artística, utilizando-se fórmulas repetidas e conhecidas do grande público” (2005). Porém, Hibbett insiste em que o indie faria parte de uma “alta” cultura, voltada para aqueles que são mais aptos a consumi-la, fazendo inclusive distinções sociais para a absorção de diferentes tipos de música. Segundo ele, noções como o isolamento e a obscuridade são valorizados no indie, uma vez que o que cai nas graças do grande público perde valor por se tornar “comum”. Visão que entende-se aqui obsoleta, como será desenvolvido mais a seguir. Porém, Hibbett diz que apesar da ausência de uma forte validação por parte de uma instituição acadêmica, o indie rock reflete os princípios e a política de uma arte considerada “superior” e os incorpora no vasto e diversificado domínio da cultura popular. “Como uma seita de elite dentro de um campo mais amplo, o indie *rock* requer seus próprios códigos, ou seja, capital cultural e, portanto, pode ser usado para gerar e sustentar mitos de superioridade social ou intelectual” (Hibbett, 2005, p. 57).

Strachan (2007) também insiste que as gravadoras indie relembram o aspecto comercial em prol da liberdade artística e da capacidade de promover artistas que personifiquem o diferente, o inovador e, principalmente, o gosto musical pessoal do(s) gestor(es). O que se defende nesta investigação é que essa estética não apenas define uma gravadora indie, conferindo-lhe capital simbólico, mas também está intrinsecamente ligada às atividades comerciais necessárias para garantir a sustentabilidade. Além disso, a capacidade de sobreviver como “indie” transforma esse aspecto comercial em um capital simbólico significativo. As novas dinâmicas entre estética e aspectos econômicos são fundamentais para moldar os selos indie no século atual. A manutenção da postura libertária, do poder de chancela e do papel de “farol artístico” são agora combinadas com a busca da autossuficiência. Guerra (2019a) afirma que gêneros como o indie são formas de resistência ao capitalismo dominante e suas formas de cooptação do que ela chama de subculturas. A autora argumenta que o movimento enfrenta uma

resistência dupla, sendo alvo tanto da reapropriação e comercialização do estilo subcultural pelo mercado quanto da redefinição e interpretação ideológica pela mídia (2019a, p. 131).

### **3.3. INDIE, INDÚSTRIAS CULTURAIS E CAPITALISMO AVANÇADO**

O modo de funcionamento dos selos indie se insere no que Bowsher (2015) chama de capitalismo “suave”. Envolve a troca de mercadorias por dinheiro, porém, com valor simbólico envolvido que muitas vezes suplanta o capital econômico, havendo neste consumo buscas por autenticidade. De qualquer forma, não podemos nos esquecer de que, apesar do *ethos*, da ideologia, do desejo pelo novo, da disseminação de uma música de vanguarda, as gravadoras indie são negócios, inserem-se em um mercado regido por óticas capitalistas de consumo. Portanto, precisam da venda, do lucro para sobreviver. No entanto, como dito, há que se ter cuidado quando ainda se tomam noções românticas, baseadas na gênese do indie. Para Nunes (2018), o capital econômico é secundarizado em comparação com a predominância do capital simbólico, de natureza informal.

Logo, é necessário aqui reforçar que uma gravadora indie é um empreendimento. O que as difere em geral é o tratamento mais humanizado e mais artístico em relação ao seu “produto”. O capital simbólico é o que lhes confere valor e as distingue em relação às majors. Conforme também destacado por Nunes, as gravadoras indie desempenham um papel crucial como impulsionadoras de inovação e criatividade na indústria musical, ao mesmo tempo em que ampliam a variedade de gêneros musicais disponíveis para o público. Elas proporcionam uma oportunidade única para que um grande número de artistas, que de outra forma não seriam contratados pelas grandes gravadoras, tenham a chance de serem ouvidos (Nunes, 2018, p. 30).

As gravadoras indie baseiam-se no que Ulusoy (2016) chama de princípios “dionisíacos”, fundadas em sentimentos mais “humanos” como paixão, caos, irracionalidade, encantamento, energia bruta, imprevisibilidade, arte e criatividade. Selos indie são símbolos de resistência a um mercado que formata e uniformiza a música, ao disseminar modelos de gestão carregados de significados visando a maior expansão dos métodos de produção musical (Gracon 2010).

Como afirmado, têm-se observado a prática entre selos indie de posturas mais profissionais. O “caos” e a “irracionalidade” têm sido sistematicamente substituídos nos últimos 20 anos, por posicionamentos mais sóbrios e não mais de puro enfrentamento ao mercado fonográfico, mas de negociação. Nota-se, desta maneira, uma existência mais sustentável e, conseqüentemente, longa,

dessas gravadoras. A profissionalização do meio indie é notada também por Bowsher (2015) quando o autor cita o desejo de selos em se tornarem autossuficientes para serem “empresas em tempo integral” (Bowsher, 2015, p. 109). Para Passman (2021), porém, esse tipo de atuação no mercado as aproxima das majors. Segundo o autor, à medida que ficam mais fortes, mais organizadas, as indie empregam modelos de gestões, mais fluidas e menos dispendiosas.

Assim, tanto quanto traçar os métodos que fizeram das gravadoras indie um instrumento de democratização dos meios de produção musical, é importante entender que estes mecanismos foram se atualizando com o passar do tempo por necessidade econômica e/ou assimilação de mudanças no mercado. O que no começo era a desmistificação do processo fonográfico, reação à falta de perspectivas, desejo de distanciamento da cultura produzida pelo *mainstream* e de autoexpressão e combate ao tédio; a eles foram somados, principalmente na última década, a percepção de um maior poder de alcance e o acréscimo de táticas profissionais ao dia a dia.

Desse modo, puderam, ainda que existam dificuldades constantes, consolidar mercados e investir em outros modelos de negócios que, com a reputação obtida previamente, procuram prosperar consoante o tamanho proposto. Southall (Barracco, 2014, p. 37) destaca que as gravadoras indie são empreendimentos nos quais a qualificação é caracterizada pela criatividade, imaginação, visão e realização, demandando também atributos como risco, investimento, determinação e comprometimento.

O desenvolvimento de uma gravadora indie ocorre mediante a compreensão de suas limitações, notadamente em termos de capacidade de investimento e alcance no mercado. Essas gravadoras operam em escalas viáveis, avançando passo a passo, demonstram flexibilidade diante das demandas do mercado e são capazes de adaptação ágil às suas flutuações. São empresas de pequeno porte que negociam produtos com valor simbólico, e, segundo Marx, a condição de ser tratado também como um objeto ou item não anularia esse valor simbólico.

*Mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa (Marx, 1988, p.45).*

A música disseminada por estes selos constitui em si mesma num modo de consciência das suas necessidades e das necessidades da música como um todo. Talvez Adorno, que afirmava que toda a arte é invariavelmente cooptada pela grande indústria, hoje talvez considerasse a maioria das

gravadoras indie surgida a partir dos anos 2000 como “pequenas majors”. Como ele diz, “as formas de vida musical que se julgam livres do mercado capitalista permanecem a ele ligadas, bem como à estrutura social que o sustenta” (Adorno, 2011, p. 241). Porém, o que há é a tentativa de sublevação de métodos capitalistas para a penetração no *mainstream* e a criação de modos de produção para fazer parte do mercado sem que haja uma repetição de tratamentos puramente comerciais.

Com o mundo cada vez mais conectado, as gravadoras indie das últimas duas décadas tornam-se mais próximas, trocam mais informações, mantendo-se na vanguarda de práticas e estratégias de mercado e, principalmente, de divulgação. Sendo esta última impactada com a desmaterialização da música e a sua propagação a baixos custos pela internet e que traz benefícios e questões que só um entendimento macro e criterioso auxilia na aplicação mais segura dos (poucos) recursos. Conforme argumenta Guerra, a aplicabilidade do conceito cosmopolita de estética ocorre quando uma cultura mundial se configura como uma entidade intrincada e interconectada, na qual diversos grupos sociais compartilham um terreno comum em estética, expressão e cultura (2015b, p. 4).

Se a chamada para ação aconteceu com o Buzzcocks, em 1976 (Reynolds, 2005), a real mudança de rumos teve um dos seus marcos com o estabelecimento da Rough Trade Records, em Londres, em 1978, um “filho direto” da loja de mesmo nome inaugurada dois anos antes por Geoff Travis. Quase que simultaneamente, a cerca de 300km ao norte, em Manchester, era fundada a Factory Records, por Tony Wilson, um apresentador de televisão local e incentivador da cena musical da cidade. Ambas “estabeleceram” alguns dos alicerces do que deveria ser o *ethos* para a música indie a partir de então: liberdade artística, vanguarda musical, contato com o território, estruturas não ortodoxas de funcionamento, ausência de contratos formais, o desdém aos preceitos do mainstream, entre outros, o que, por falta de organização, ajudou a levá-las à falência. Antes de criar uma gravadora, a ideia de Geoff Travis era abrir uma loja em que o fator humano fosse preponderante, onde pessoas poderiam entrar, ouvir discos, conversar, passar tempo, um espaço “comunitário” (Murphy, 2015, p. 258; Taylor, 2010).

Devido a movimentação de fregueses, muitos casos com bandas ou que procuravam formar uma, a Rough Trade, a loja, se torna o embrião do selo de mesmo nome e vira o epicentro para a música que fervilhava no *underground* britânico (Murphy, 2015, p. 326). A Rough Trade era a *alternativa* à música da época, tornando-se um ícone de um novo tipo de empreendimento. O sucesso foi latente e, no fim de 1977, o número de empregados havia dobrado e o selo também se desdobrava

em agência de agendamento de shows. Além disso, a Rough Trade era responsável pela implantação de um sistema de distribuição de discos indie entre pequenas lojas britânicas que seria conhecido como Cartel<sup>88</sup> (Taylor, 2010). O impacto do surgimento da Rough Trade e de outras como a própria Factory, ou 4AD, Postcard, Fast Products etc., foi tão grande que no fim dos anos 1980, as gravadoras indie no Reino Unido já chegavam a mais de 800, 500 delas integradas ao Cartel (Murphy, 2015).

*Para os ouvintes de hoje, “indie” significa Travis, Coldplay e Stereophonics, bandas que têm guitarras e não soam como a Britney Spears. Mas o significado original do indie era bem diferente. Descravia uma cultura de independência que era quase uma forma de protesto: uma forma de gravar e distribuir música que nada tinha a ver com as majors (Cavanagh, 2000, p. VI).*

Em Manchester, noroeste da Inglaterra, a Factory Records e sua banda mais emblemática, o Joy Division, disseminaram a noção de que pequenas gravadoras poderiam ser mais que simples trampolins para artistas - ou A&R<sup>89</sup> - para majors e a noção de que haveria condições de descobrir e manter bandas de sucesso fora das grandes metrópoles<sup>90</sup>. Assim, era criada uma “aura de autenticidade e de descolamento ao setor independente, reforçando a crença, comum entre os pós-*punks* da época, que os indies eram o meio para os artistas terem a liberdade que as majors não permitiam” (Crossley, 2015, p. 172). A liberdade artística e não só musical dentro de uma gravadora indie pode ser medida nas palavras de Peter Saville, artista gráfico responsável pela arte e concepção das capas de álbuns e de singles da Factory Records.

*Uma grande gravadora nunca lançaria Blue Monday<sup>91</sup>. É um single de sete minutos. Ou seja, singles de sete minutos não tocam na rádio, então não são lançados. Fim de papo. É um single de sete minutos, que não está no álbum. Quem iria...? Por que alguém iria lançar isso? Por que alguém iria querer fazer isso? E nem uma gravadora iria lançar um produto sem nada escrito na capa. Nada. E sim, era caro. Mas ninguém perguntou. OK? Não havia um sistema preciso o suficiente dentro da empresa para dar preço às coisas. Claro, se isso fosse com uma gravadora formal, eu teria levado para o diretor de produção, que me diriam na hora “em que planeta você está? Isso é mais caro do que a capa de um álbum. Não temos margem em vendas avulsas para acomodar esse tipo de embalagem. Leve isso embora daqui” (Peter Saville, como citado em Logue, 2015).*

---

<sup>88</sup> Acordo de distribuição criado pela Rough Trade, de Londres, entre selos e lojas de discos da Grã Bretanha para a distribuição de álbuns indie (King, 2012b).

<sup>89</sup> <https://www.careersinmusic.com/what-is-a-r/>. Acessado em 21/12/2022.

<sup>90</sup> A Factory mantinha bandas de enorme sucesso como New Order e Happy Mondays. Na Rough Trade, o exemplo mais latente foi o The Smiths.

<sup>91</sup> Single de 12” lançado pela banda em 1983 e que, além do formato nada comercial da música, vinha em uma capa de custos tão altos para a fabricação que dava prejuízo a cada unidade comercializada, pois os valores de venda não cobriam os gastos de produção. Curiosamente, continua a ser o single o mais vendido da história no Reino Unido. <https://store.neworder.com/uk/blue-monday-vinyl.html>. Acessado em 10/09/2021.

Esse *modus operandi*, apesar de denotar falta de responsabilidade financeira, hedonismo, modelos econômicos “não ortodoxos”, foram importantes para quebrar com padrões da época, criar carreiras, incentivando novos atores a explorar o máximo de suas capacidades.

*Nenhum de nós que estava envolvido tinha qualquer experiência, não havia alguém dizendo “você não pode fazer isso”. Nenhum de nós possuía qualquer autoridade sobre os outros, nem éramos pagos, então não havia nem uma hierarquia financeira. Era uma cooperativa autônoma. Então tudo que você tinha que fazer era dar um passo a frente (Peter Saville, como citado em Murphy, 2018, p. 37).*

A Factory Records era como “um antídoto para a mentalidade do negócio da música” (Middles, 2009, p. 172). A gravadora conseguiu gerar uma imagem de Manchester enquanto polo cultural e não mais somente um lugar cinzento e industrial, tornando-se um dos centros da música mundial (Haslam, 1999). Middles (2009) descreve uma efervescente mistura de ideias, ideologias e éticas otimistas e – até então - impraticáveis, acompanhadas por uma substancial dose de entusiasmo. Ele caracteriza esse ambiente como algo além de um departamento não oficial de *A&R*, comparável a um viveiro, um espaço para testes.

Porém, com a proximidade dos anos 1990, a visibilidade e os bons números em vendas de algumas gravadoras indie britânicas como a própria Factory ou a Rough Trade, Creation, entre outras tornaram-se um fardo para elas. Muitas gravadoras indie viveram o paradoxo de entrarem em crise quando chegavam a picos de popularidade. Isto porque suas estruturas não conseguiam absorver a demanda e os custos de produção em larga escala se tornavam cada vez mais altos. Além dos crescentes conflitos internos e não cumprimento de contratos que obrigaram a muitos selos a vender parte do catálogo, o próprio negócio para majors, ou até fechar as portas. Com tantos exemplos similares, a busca hoje é por modelos mais saudáveis, que possam assegurar a manutenção dos “mandamentos” imutáveis do indie. “Se você joga muito o jogo corporativo, você aliena os fãs indie” (McGee, 2013, p. 242).

Um outro bom exemplo de que a visão que se tem das gravadoras indie ainda é “romanceada” por muitos jornalistas e autores é a Matador Records<sup>92</sup>. Sediada em Nova York, Estados Unidos, e criada em 1989, a gravadora, um dos ícones indie dos anos 1990 até hoje na ativa, desde os seus primeiros anos mantinha ligações com grandes corporações. Em 1993, com quatro anos de

---

<sup>92</sup> O nome é uma referência direta ao filme homônimo de Pedro Almodóvar, de 1986.

funcionamento, os fundadores Gerard Cosloy e Chris Lombardi venderam 49% do selo para a Atlantic Records sob a égide da Warner Music, garantindo contratos de distribuição em larga escala para seus artistas<sup>93</sup>. Esse tipo de movimento, porém, geralmente provoca reações negativas em seus nichos. A Matador Records foi acusada por fãs e imprensa especializada de “se vender na primeira oportunidade” (Jarnow, 2012), o que na visão de Cosloy e de Lombardi era simplesmente “pragmatismo”, posição que será muito observada nas gravadoras indie dos anos 2000 em diante. Para eles, a Atlantic Records era só mais um distribuidor, com capital econômico e que poderia colocar os discos do selo em mais locais de vendas. Ambos garantiam que nenhum lançamento da Matador teria a ingerência da major.

*Nós acreditamos que nenhum distribuidor independente (ou major) oferece penetração suficiente em várias cadeias, lojas de departamentos e os pequenos estabelecimentos de bairros dos quais dependemos. (...) Acreditamos que não se pode contar com um único distribuidor para representar adequadamente uma marca com um rol diversificado (Gerard Cosloy, manager, Matador Records, como citado em Jarnow, 2012, p. 213).*

A parceria acabou em 1996, ano em que a “onda indie” já tinha arrefecido e as atenções se viravam, nos Estados Unidos principalmente, para o hip hop, as *boys bands* e o R&B (Jarnow, 2012). Mesmo assim, a Capitol Records, outra major, tomou o lugar da Atlantic. No universo das majors, mesmo com bons números de vendas, a Matador, era apenas mais uma no universo da grande indústria fonográfica não dando o retorno esperado. Isto não impediu a Matador Records de continuar negociando com o mercado, como em 2003, quando fechou acordos de distribuição com a indie inglesa Beggars Banquet<sup>94</sup> e a Alternative Distribution Alliance, ligada a Warner Bros. (Jarnow, 2012).

Logo, agora, importa então investigar mais profundamente algumas questões subjetivas acerca do indie enquanto gênero levantadas anteriormente. Segundo King, o termo indie foi cunhado pelo jornalismo musical britânico (mais especificamente pelo semanário *New Musical Express*, ou NME<sup>95</sup>) somente na segunda metade da década de 1980, e foi usado, principalmente nos anos 1990, para descrever uma sonoridade do que uma postura mercadológica. “[I]ndie agora tinha pouco a ver com as paradas ou o jeito como era gravado ou financiado” (King, 2012b, p. 247). O indie se tornou um

---

<sup>93</sup> O contrato previa a distribuição de seis discos da Matador pela Atlantic por ano, US\$ 5 milhões e mais o direito de editar quaisquer outros artistas pelos próprios meios.

<sup>94</sup> Gravadora embrião para a criação da 4AD, em 1979 e que hoje detém os catálogos da própria 4AD, além da Rough Trade, entre outras. Mais em <https://www.beggars.com/banquet/>. Acessado em 21/12/2022.

<sup>95</sup> A abreviação é um trocadilho com *enemy*, ou inimigo, em inglês.

sinônimo para “músicas curtas, /o-fi/, minimalismo, purismo e guitarras, guitarras, guitarras” (Redhead, 1990, p. 81). Naquele momento, bandas como Dinosaur Jr, Superchunk, Pavement e Sebadoh nos Estados Unidos, e Ride, Teenage Fanclub e Swervedriver, no Reino Unido, foram determinantes, mais do que gravadoras, para o preenchimento de “requisitos” que uma banda necessitava para ser chamada de indie (Earles, 2014).

Ao ser uma produção de autenticidade, conforme Guerra, o indie assume a função que Durkheim confere ao sagrado que é a de celebrar e fortalecer o grupal e, ao mesmo tempo, “a ânsia por um simbolismo de revolta e de confronto” (2010, p. 110). Ainda de acordo com autora, o conceito de indie é caracterizado por sua natureza antonímica, uma vez que apresenta oposição à cultura dominante, ao mesmo tempo em que busca a criação de capital cultural para distinguir os consumidores. Uma cultura que evoca novos valores, novas práticas, novos relacionamentos e não somente, como é erroneamente associado, um tipo de sonoridade.

*A partir da década de 1970, um movimento contra cultural mudou para sempre a maneira como a música foi feita. Do início das suas raízes, nos recônditos da Grã-Bretanha, uma nova abordagem do DIY em se fazer música daria origem a um gênero totalmente novo. Não apenas o som, mas uma atitude e um ethos (Logue, 2015).*

O indie é a valorização do “normal”, do “comum”, do sujeito que pode ser ele mesmo. Reescreve as regras tanto musicais quanto estilísticas impostas pelo mainstream. O indie é uma reação a uma cultura obsessiva pelos vencedores e envolve a ênfase na independência artística (Baumgarten, 2012). A busca pela distinção, pelo inovador, pelo estilo de vida próprio, pelo distanciamento do gosto desapaixonado. É o desejo de “não-participação” no cotidiano imposto. O indie é mais do que uma configuração econômica, mas um estilo de vida, uma forma de ser, de se vestir, de se portar e de se diferenciar do resto do mundo (Guerra, 2010). Cano (2023) destaca a importância crucial da vestimenta na formação de significados e identidades. Ela representa uma forma de expressão que revela nossa intenção de ser percebidos, nossa identidade desejada e a maneira pela qual nos destacamos dos demais.

A forma como a música é produzida não pode ser dissociada de atitudes que provoca. O indie é firmado na crença que a música deve ser baseada na comunidade e na proximidade entre artistas e fãs, que podem também vir a ser artistas (Hesmondhalgh, 1996). O indie fornece a “trilha sonora do autodescobrimento (...) o pano de fundo para o cotidiano” (King, 2012b, p. XXIV).

A identidade, como diz Guerra (2017b), agrega sujeitos com gostos e desejos culturais similares. Estar envolvido numa comunidade indie é mais do que meramente entretenimento, é construir um *self* (Davies, 2006). Observando a cultura indie sob o prisma de Greil Marcus (2000), enquanto expressão cultural, estaria inserido nas manifestações procedentes do *rock* – mas não só – que são a configuração de práticas sociais, articulação de comportamentos, reordenação do espaço urbano para práticas e produções musicais, entre outros. Assim,

*será uma forma de cultura popular, pois implica um acesso a espaços e instrumentos particulares de expressividade e de comunicação, o incremento e a ativação de padrões cognitivos, emocionais e simbólicos, a criação de produtos culturais próprios, a possibilidade de experiências estéticas e a mobilização de agentes sociais oriundos dos meios populares e das classes médias urbanas (Guerra, 2015a, p. 152).*

Logo, o indie transforma comportamentos e soma valor à música e à sua edição. Segundo De Nora, o consumo musical é uma ferramenta na formação de subjetividades. A recepção musical “não se esgota na interpretação e reconstrução de significados” (Gomes, 2013, p. 19), mas se conecta com sensações e sentimentos derivados pela escolha de determinados tipos de música no dia a dia. Música é um recurso para a construção de identidades, numa “reflexividade estética”, em que De Nora “aponta a expressividade (emocional) como instrumento material de negociação do *self* (2003).

A identidade é construída e é um discurso. Mais do que somos, diz o que afirmamos ser, narram nossos desejos, contam uma história sobre nós e sobre nossas posições perante o mundo (Guerra & Silva, 2015, p. 213). Constroem nossos propósitos de pertencimentos a determinados nichos. Ao mesmo tempo que faz que nos distingamos de outros grupos. São processos simultâneos, sincrônicos de identificação e de identificação.

Além disso, a identidade é moldada pelos discursos que produzimos e compartilhamos sobre nós mesmos. Muitos desses discursos assumem a forma de narrativas, pois mostram nossa identidade ao contar nossa história. Eles estabelecem vínculos, pois nos definem ao especificar com quem nos identificamos e de quem nos diferenciamos.

Hall (1988), argumenta que as identidades são produzidas dentro de um campo ideológico em que os signos. Segundo o autor, é possível reconfigurar discursivamente os elementos, dando origem a novos significados, conexões com diversas práticas sociais e posicionamento diferenciado dos sujeitos sociais. Já Frith (1999) fez que identidade é algo que vem de “fora”, algo que se busca, um ideal. O que queremos ser, que se constrói a partir de experiências vividas. É uma questão de rituais, do lugar

do indivíduo dentro de relações sociais, que dependem da apreciação daqueles que fazem parte daquela coletividade. Segundo a visão de Castels, a formação das identidades resulta da combinação de diversos elementos, como história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, memória coletiva, fantasias pessoais, além dos aparelhos de poder e das revelações religiosas (Castels, 1997, p. 4).

A identidade, para Silva, é invariavelmente “representação e discurso”. E que também a identidade não é só o “ser”, mas sim o representar “o que se diz que é” (2018). O indie se reconhece nos seus pares, mas também se distancia daquele que não são seus correlatos. Identifica-se na diferença com o outro. Naquilo que ele não é. Isto leva à fundamentação de características próprias em cada uma dessas comunidades, tendo no indie, seu âmago.

Como diz Vila,

*a questão não é como uma peça particular de música ou uma atuação reflete as pessoas, mas como a produzem, como criam e constroem uma experiência – experiência musical, experiência estética – que só podemos entender se adotamos uma identidade subjetiva e coletiva ao mesmo tempo (Vila, 2012, p. 252).*

### **3.4. PARA UMA BREVE SEMIÓTICA (PUNK) DO INDIE**

Desse modo, podemos assumir que indie é uma linguagem não só musical, mas também comportamental. É um conjunto de formas, de normas não restritivas, de *modi operandi*, de jeitos de produção. É verbal e visual. Uma rede de linguagens que ajuda a construir identidades, sentimentos de pertença a partir da música. Enquanto fenômeno cultural, o indie, e a música, é também um fenômeno de comunicação, produtor de símbolos e significados, de sentidos. Ela tem um valor social, e através dela, os ouvintes apresentam uma certa imagem de si mesmos (Cano, 2023).

*[O] nosso estar-no-mundo, como indivíduos sociais que somos, é mediado por uma rede intrincada e plural de linguagem, isto é, que nos comunicamos também através da leitura e/ou produção de formas, volumes, massas, interações de forças, movimentos; que somos também leitores e/ou produtores de dimensões e direções de linhas, traços, cores... Enfim, também nos comunicamos através de imagens, gráficos, sinais, setas, números, luzes... Através de objetos, sons musicais, gestos, expressões, cheiro e tato, através do olhar, do sentir e do apalpar (Santaella, 1995, p. 2).*

Para isso, são produzidos signos que funcionam como mediadores para o fenômeno em questão. Quem detiver esses signos “conseguem” decodificar valores (a música, o vestuário, o *modus operandi*, ou DIY etc.) do indie e estará “apto” a se integrar. O que tem se observado nas últimas décadas é um esforço para expandir essa “vocação” para mais pessoas. O objetivo é expandir o capital cultural para decifrá-lo, pois, conforme argumentado por Santaella (1995), um signo tem a capacidade de representar seu objeto apenas para um intérprete, gerando na mente desse intérprete algo diferente (um signo ou algo semelhante), que também está conectado ao objeto não de maneira direta, mas por meio da mediação do signo. Segundo Umberto Eco, há sempre um componente de expressão, também conhecido como significante, em todos os processos signícos, que transporta um elemento de conteúdo, isto é, o significado (Eco, 1978, p. 87). A comunicação “oferece-se à leitura” (Hebdige, 2018, p. 209) ao entendimentos por pares. Roland Barthes afirma que a intencionalidade está presente na significação da imagem, sendo esta resultante de processos de codificação e decodificação (Hebdige, 2018, p. 207).

Peirce diz que um “signo intenta representar, em parte pelo menos, um objeto que é, portanto, num certo sentido, a causa ou determinante do signo” (Santaella, 1995, p. 12). Desse modo, o objeto primeiro do indie é o seu *ethos*, o seu modo de produção, antes de qualquer sonoridade. A qualidade funciona como signo uma vez que este é abstrato, armazenado na mente de quem o já possui a priori. O signo aqui representa o afeto já discutido, e seu significado sempre será a produção de outros signos. Santaella (1995) explica que o interpretante imediato refere-se à capacidade do signo em gerar algo na mente de qualquer intérprete.

Para ser disseminado, o indie é constituído por discursos que se moldam em cada cena ou coletividade, refletindo conhecimentos adquiridos - simbólicos - que se traduzem em linguagens específicas e de gosto. “O discurso remete para uma origem absoluta, isto é, para a criação de um autor (noções fundacionais de sujeito e de consciência). Remete para a unidade de um autor, de uma obra, de um tema, de uma época (Martins, 2004b, p. 67).

A obra de arte, segundo Eco, é um signo que diz sobre a maneira como ela é produzida (1978, p.59). Saber que uma banda X vem de um selo indie Y do qual já se conhece o trabalho, faz com que as identificações, as interpretações sejam imediatas, havendo correspondência ou um “complexo de relações” (Eco, 1978, p. 59), que as decifram, aproximam do sujeito. O signo, segundo Eco, é um “[s]inal, elemento distintivo impresso em alguém ou em alguma coisa para o poder reconhecer. Marca” (Eco, 1978, p. 18). O indie é uma cultura de signos, é um sistema em que significados e

significantes assumem funções diversas. São os códigos musicais, textuais, visuais, comportamentais que cada comunidade descodifica e que gera simbolismos e que determinam seus modos de existir. Segundo Peirce (1961), a cultura forma um sistema de signos que, ao conhecer suas regras, permite compreender a sociedade. (Eco, 1978, p. 160).

Pela a ótica Saussuriana, o signo é “uma entidade de duas faces, composta de significante e significado” (Eco, 1978, p. 32) ou ainda algo que Peirce definiu como sendo “algo que aos olhos de alguém significa outra coisa em alguma circunstância ou competência” (Eco, 1978, p. 33). Cria no receptor um signo homólogo, que representa o signo através de um determinado ponto de vista ou para um fim determinado. O uso conotativo do signo é, para Eco (1978), primordial. Sem abstração, continua o autor, não há conceito e, assim, nem existiria signo. O processo de significação é algo que acontece “em cadeia”. O signo surge interpretando outros num encadeamento sem fim em que também se verifica o recurso a comparações e classificações pré-estabelecidas.

*Um signo só se clarifica no próprio significado através da remissão para um interpretante, o qual remete par um outro interpretante e assim por diante ad infinito (it), estabelecendo-se um processo de semiose ilimitada (it) no decurso da qual o destinatário descodifica o signo originário na medida em que ele serve os fins da comunicação empreendida os usos da referência nos quais pretende aplicá-lo (Eco, 1978, p. 168).*

Esse objeto singular, o disco, o fonograma em suas variadas formas, aqui funciona como signo e como referente de um todo, um universo. Liga uma coisa a outra. Conecta uma obra de arte com quem a faz, o artista; a quem a dissemina e confere valor, a gravadora; logo, ao *modus operandi*. E a variedade destes interpretantes permite traduzir essa música juntamente com os seus processos de formação como uma *coisa* única. Para Eco (1978), a diversidade abrangente dos interpretantes possibilita a tradução constante de uma unidade cultural em um interpretante reconhecível.

Isto faz do sujeito também um produtor de significados. Ato de significar consiste na utilização de um signo (ou sequência de signos) para remeter a um significado, no contexto de um mundo a ser expresso (Martins, 2002). Este sujeito torna-se no que Adorno chama de consumidor cultural: dotado de conhecimento (de codificação e decodificação) sobre o campo e que trata a música como um bem cultural (Adorno, 2011, p. 63). Ainda de acordo com o autor, os consumidores continuam a adquirir produtos musicais com base na aprovação social daquilo que está sendo consumido. A satisfação derivada do ato de consumir, conforme expresso em sua linguagem, supera a satisfação decorrente da

própria obra de arte e das exigências que ela impõe ao ouvinte (Adorno, 2011, p. 64). É o inverso do ouvinte do entretenimento e sua relação de quase condescendência com o mainstream.

*A forma do disco fonográfico permite, pela primeira vez na música algo análogo ao hábito de colecionar nas artes plásticas, e, em especial, nas artes gráficas; sabe-se muito bem quanto o hábito de colecionar, a mediação do objeto estético por sua posse literal, contribuiu à incorporação, ao conhecimento especializado (Adorno, 2011, p. 264).*

A estética indie está intrinsecamente ligada a representação de culturas urbanas (P. Abreu, 2015a). É indissociável das sociabilidades e das vivências, do lúdico e das transformações das relações de trabalho. “Calvin<sup>96</sup> não tinha treinamento em business, mas tinha uma maneira própria e próxima de como tratar seus clientes, respondendo as mensagens pessoalmente cada uma das encomendas que era enviada, assinando “Com amor, Calvin”” (Baumgarten, 2012, p. 97).

Moisés de Lemos Martins (2002) também aborda a presença de uma semiótica crítica que pode-se alinhar com os fundamentos do gênero em análise, o indie, ao mencionar a importância de uma perspectiva que questione as “circunstâncias que tornam a interação possível”, as quais estão presentes no discurso. Martins ainda argumenta que a compreensão do discurso é abordada por uma teoria de significação, a qual investiga o nível semântico não signico da enunciação, onde se desdobram as dimensões da prática discursiva.

Ainda que se trate de um método de distinção social e requer métodos de decodificação para poder ser “degustado” (Hibbett, 2005), não é *contemporâneo* associar o indie com uma “arte para poucos”. O que antes era visto como mérito, valor, vem perdendo a força principalmente nas últimas décadas. A obscuridade e a elitização do indie não fazem parte dos processos de profissionalização do setor que buscam sobreviver em um ambiente de constantes mudanças e inovações tecnológicas.

Mesmo que Hibbett (2005) ainda ofereça uma visão romântica sobre o indie, não deixa de pontuar corretamente quando diz que o gênero, enquanto uma forma de cultura, é uma “intersecção de vários fenômenos estéticos, sociais e comerciais, ocasionando um olhar único sobre as complexidades da produção cultural” (Hibbett, 2005, p. 55–56). O autor demonstra uma posição mais atualizada em certos momentos ao afirmar que o indie está longe de ser uma entidade estática, tendo seus significados e valores em constante construção pelas relações entre seus agentes. O elitismo foi

---

<sup>96</sup> Calvin Johnson, manager da K Records, sediada em Olimpia, Estados Unidos.

diluindo-se com o tempo, mas a postura política e a atitude de resistência e de necessidade de produzir seus próprios significados mantêm-se como características intrínsecas.

São simbologias e “inquietações” do indie que têm no movimento *punk* suas origens, uma “síntese de moda, música e política que se tornou o principal produto de exportação de Londres para o mundo” (Savage, 1991, p. 5). O movimento foi uma forma de expressão em um Reino Unido reprimido economicamente e sem perspectivas. O *punk* surgia na segunda metade dos anos 1970, numa sociedade estática, definida por rígidas regras de classe e com pouca margem para o não convencional. Quem operava fora do que é considerado “normal”, era um transgressor (Savage, 1991).

*No outono de 1975, a indústria musical convencional não simpatizava com novos grupos que queriam fazer música com um viés sociocultural abrasivo. (...) [A] indústria da música reagiu ao enorme mercado aberto na década de 1960, organizando-se globalmente: mais de 60 por cento do mercado inglês era dominado por seis empresas multinacionais (Savage, 1991, p. 123).*

Ideologicamente, o ethos DIY propagado pelo punk rock tem fundamentos conceituais na Internacional Situacionista<sup>97</sup> dos anos 1950. Com vínculos ao movimento Dadaísta<sup>98</sup>, buscava desafiar o capitalismo e a sociedade de consumo por meio de expressões artísticas arrojadas e vanguardistas, utilizando ferramentas como panfletos, manifestos e a subversão de símbolos do establishment, como o uso provocativo de suásticas no contexto punk para destacar contradições e reconfigurar a ordem estabelecida (Bennett & Guerra, 2021; Guerra, 2017a).

Trata-se também de um processo de construção de significados (Hebdige, 2018). As escolhas refletem constantemente parte de seu valor no contexto de quem as faz, uma vez que esse valor se expressa e é reconhecido principalmente pela maneira como são tomadas (Bourdieu, 2006, p. 88). Esse processo, individualizado e singular, transforma-se em uma forma de arte, tão significativa quanto o resultado final (Ian McKaye, músico, manager da Dischord Records, como mencionado em Sinker,

---

<sup>97</sup> "A Internacional Situacionista surgiu em julho de 1957, em Cosio d'Arroscia na Itália a partir da fusão de três grupos de artistas em divergência com a arte instituída (Henriques, como citado em Guerra, 2010, p. 134). Defendiam que a arte não deveria estar fechada nos seus propósitos estilísticos e formais, faziam a apologia da arte como uma criação constante e reconstrução contínua. Do ponto de vista situacionista, a arte ou é revolucionária ou é nada. A superação da arte só viria pela transformação incessante da cidade, o que impelia o urbanismo e a arquitetura a serem as ferramentas de uma revolução. Para os situacionistas, "a imaginação deveria tomar de assalto o vazio existencial da cidade, subvertendo um cotidiano cego pelo hábito, restituindo significando aos espaços, despertando um passado mítico"" (Guerra, 2010, pp. 134-135).

<sup>98</sup> Tendo a frente o artista Marcel Duchamp, o movimento dadaísta defendia, segundo Guerra, a desmistificação da atribuição de genialidade dada à artistas. "[A]queles que olham é que fazem os quadros" (2010, p. 136).

2009, p. 17). Dessa forma, revela-se como um campo de experimentação para estratégias tanto no âmbito de mercado quanto cultural.

*As características do DIY (determinação, realização, liberdade e ação coletiva), lógicas e procedimentos permitem que esses músicos e promotores culturais criem e promovam o que querem e o que pensam ser importante para a cena cultural da cidade. Em outras palavras, as habilidades do DIY, as lógicas e os procedimentos podem ser vistos como uma ferramenta de empoderamento e autonomia, como maneiras de trabalhar de forma independente em relação aos padrões e hierarquias estabelecidos, assumindo o controle de todo o processo (Oliveira et al., 2016, p. 796).*

A prática do “faça-você-mesmo”, conforme discutido no capítulo 1 em relação aos mundos da arte e cenas musicais, deu origem a uma comunidade de procedimentos que evoluíram para o que Stahl (2011) denomina de *do-it-together* ou “façamos juntos” - um trabalho comunitário que fortalece laços quando colocado em prática. Por meio dessas éticas, o empoderamento de indivíduos nos processos de produção cultural (McKay, 1998), como uma alternativa ao mainstream, gerou interações entre diversos setores artísticos em várias localidades, tornando as fronteiras entre o profissional e o amador cada vez mais difusas. A atividade se torna especializada, fundamentada em um forte senso de pertencimento (seja a um território ou a um tipo de gosto), no networking e nas relações sociais (Oliveira et al., 2016).

Obviamente, o surgimento do indie, considerando sua origem no *punk* e no *pós-punk*, não ocorre por acaso. É sempre uma combinação de fatores que se interligam e se encontram em períodos específicos, criando condições para sua gênese. Conforme observa McKay (1998), a proliferação das rádios piratas nos anos 1960 no Reino Unido foi crucial para o DIY, pois buscava quebrar a exclusividade de transmissão das grandes companhias fonográficas da época. Esse movimento desempenhou um papel significativo na descentralização da disseminação da cultura, especialmente em pequenas cidades e localidades do interior da Inglaterra. Essa abordagem tinha como objetivo criar um espaço relativamente autônomo para a expressão política, a criatividade artística, a construção comunitária e a exploração da identidade (Threadgold, 2018, p. 7).

O movimento *punk* foi a via encontrada por indivíduos para dar vazão à liberdade de expressão e a novas formas de entretenimento e cultura. Com base no *do-it-yourself*, em torno de uma rede de bandas e fanzines, o movimento *punk* gerou impacto imediato em jovens do mundo inteiro. O *punk* expressava-se através de uma miríade de significados: roupas customizadas e/ou de segunda mão, hedonismo, desprezo pelas regras, entre outros. Uma estética que dava suporte a uma cultura

alternativa ampla (Bennett & Guerra, 2021). O *punk*<sup>99</sup> abriu o caminho para que a experimentação e a liberdade fossem as únicas normas a serem seguidas e se caracterizava pela adoção de formas alternativas de socialização, como novos métodos educacionais e a formação de pequenas comunidades. Além disso (e apesar das principais bandas do gênero terem sido parte de grandes gravadoras), rejeição às corporações, grandes cadeias de negócios e empresas multinacionais, voltando-se à mídia e canais alternativos. Assim como explorava sistemas alternativos de habitação, como *squats*<sup>100</sup> e cooperativas (Oliveira et al. 2016, p. 792).

O punk está inserido no que Haenfler (2018) identifica como subculturas do pós-guerra, comprometidas com produções em pequena escala fundamentadas nos valores da comunidade. O autor sugere que as ideias de resistência subcultural e oposição a uma corrente dominante imaginada podem ser reinterpretadas como um compromisso com a busca de trabalho criativo alternativo, em pequena escala ou autogerado. O risco, a automotivação, o trabalho conjunto e os valores que este gera são intrínsecos a essa influência. O movimento DIY impulsiona seus participantes em direção ao DIT, à tomada de decisão e à superação de obstáculos, sendo a chave para a liberdade criativa (Reynolds, 2009). Essas formas de trabalho estão alicerçadas no autoempoderamento, na ajuda mútua e são a base para um envolvimento social que visa combater o neoliberalismo e o capitalismo tardio, com o sucesso medido pelo ganho de capital simbólico visando “espalhar o poder, redistribuir o capital cultural e encorajar a autoexpressão” (Dale, como citado em Bennett & Guerra, 2021, p. 20). Dentro do ethos DIY que permeia o indie, há um alerta constante de não aceitação de que um estilo de vida baseado nessas práticas leve à 'humanização' da precariedade. O combate à inconstância da vida, preconizado pelo neoliberalismo, precisa estar em voga a todo momento. No cenário indie atual, driblar a precariedade deve implicar em um progresso de vida e atividades, recusando-se a aceitar esses panoramas como “normais” (Guerra, 2021b; Jian, 2018).

Esses circuitos representam a diversidade dos espaços de socialização, que se distinguem através de vários códigos simbólicos, conforme diferentes estilos musicais. Esses ambientes são fundamentais para o surgimento e a divulgação de culturas independentes, proporcionando terreno fértil para a criação artística, assim como a interação e a partilha de saberes entre os envolvidos. Dessa

---

<sup>99</sup> No entanto, da mesma forma como chegou, o movimento arrefeceu. O “fim” simbólico do *punk* é marcado pela dissolução dos Sex Pistols pouco depois do lançamento do primeiro (e único) disco de estúdio, “Nevermind The Bollocks, Here’s Sex Pistols”, em 1977, mesmo ano em que Spiral Scratch, do Buzzcocks, abria as portas para um novo quadro cultural no Reino Unido e a polinização de elementos que desaguardariam no *pós-punk*.

<sup>100</sup> Uma pessoa que se instala ilegalmente em um espaço desocupado é conhecida como *squatter*. Mais em <https://diplomatie.org.br/squats-locais-de-resistencia/>. Acessado em 23/05/2023.

forma, os circuitos de auto produção musical desempenham um papel significativo na promoção da pluralidade e na consolidação da identidade cultural de diferentes grupos sociais. O indie parte do desejo de democratização da música que vem do *punk*. Fez abrir espaços no mercado fonográfico pela edição de fonogramas, sem a necessidade prévia de conhecimento sobre o meio. Isto gerou maneiras e aperfeiçoamentos dentro do universo da edição musical. “Os elementos dialéticos dos discursos do DIY permitem que indivíduos sem habilidades profissionais possam se engajar com bens simbólicos que estejam à margem do *mainstream* ou das grandes indústrias de mídia” (Strachan, 2007, p. 254). O maior acesso a alguns produtos como instrumentos musicais, gravadores portáteis, máquinas de fotocópias, entre outros, ajudou a espalhar uma cultura de auto expressão e produção.

Essa “inabilidade” iria evoluir nos anos seguintes, a partir da visão dos selos indie de que era possível expandir os negócios sem renunciar às noções do gênero, buscando a sustentabilidade. Estes agentes se capacitaram de dessas cenas tornando-se, nas últimas décadas em “empreendedores culturais” independentes (Bennett & Guerra, 2021, p. 15). Isto, no entanto, só seria possível com a noção e a participação da comunidade em torno do trabalho em conjunto. Esses tipos de trabalhadores criativos reconhecem a necessidade de cuidar das suas comunidades e adotar uma visão empreendedora em suas próprias carreiras. Isto implica assumir tarefas diversas e distintas no processo criativo de maneiras transculturais e interdisciplinares.

O DIY, enquanto conceito, implica o enfrentamento do acesso desigual a recursos, ao criar meios não convencionais de divulgação e aquisição de produção de símbolos. Essa abordagem abrange diversas atividades, para além dos selos indie, como a produção de fanzines, a auto-organização de concertos e a utilização de espaços alternativos para atividades culturais e sociais. Além de promover a autossuficiência, as práticas DIY também fomentam sentidos de cooperação, colaboração e buscam o pioneirismo dentro de suas cenas (Guerra, 2018), construindo estruturas, mesmo que precárias, que permitam a expressão de artistas negligenciados ou que não desejam fazer parte do *mainstream*. Guerra (2021b) ressalta que, mesmo que o surgimento e a crescente prevalência de carreiras musicais baseadas no DIY representem respostas à precariedade da vida quotidiana nas sociedades pós-industriais, sendo inegavelmente consideradas no que chama de “artes da existência”, existem outros elementos que também podem moldar o significado dessas carreiras para aqueles que se dedicam a elas.

Sob um olhar etimológico, o conceito de *do-it-yourself* era ligado às questões de pequenos concertos ou reformas caseiras, reparos feitos sem a supervisão ou por um especialista. Com o tempo

abrangeu uma série de práticas culturais criativas, incluindo a música (Bennett, 2018, p. 133). Segundo Dale (Guerra, 2021b), o *ethos* DIY é o resultado de um processo prolongado de desenvolvimento devido a uma cultura de desafio e anseio por novas formas de produzir música e cultura. Para O'Connor (Guerra, 2021b), no entanto, o “faça você mesmo” sempre foi uma necessidade dada às condições que esses atores se encontravam, gerando novos empreendedores culturais como forma de resistência e – principalmente – existência. Nesse sentido, Guerra (2017a) argumenta que o conceito do DIY é um influente gerador de significado e uma categoria abrangente que facilita a compreensão de uma diversidade de gêneros, formas expressivas, métodos de produção, manifestações afetivas e estéticas, assim como características autorais e estilísticas.

*Gosto da ideia “faça-você-mesmo”, em que se você fizesse o baixista vender sua moto e roubasse dinheiro de algumas cabines telefônicas, poderia gerar capital suficiente para fazer um disco. As pessoas faziam, e um número incrível deles era muito bom (John Peel, radialista, como citado em Reynolds, 2009, pp. 168–169).*

O *punk* foi a semente para desejos de liberdade e de inovações estéticas na música. Estas germinariam por todo o mundo, de acordo com o “solo” onde eram plantadas, reconfigurando ideias e práticas de acordo onde floresciam (Howells, 2013). O gênero baseava-se também no conceito de bricolagem, inicialmente desenvolvido pelo antropólogo Lévi-Strauss, que significava a utilização de bens culturais dando-lhes novas configurações e significados. (Shuker, 1998). De acordo com Grossberg, o rock é uma manifestação específica de bricolagem capitalista e pós-modernista que opera em um constante e simultâneo processo de incorporação e exclusão. Ele é uma prática cultural contraditória, na qual a juventude celebra suas próprias condições de lazer - tédio, falta de sentido e desumanização - por meio da utilização de tecnologia, barulho, fetichismo, repetição, fragmentação e superficialidade (Shuker, 1998).

Assim, o DIY e o DIT não influenciam somente o modo como a música é produzida, mas como é encarada, introduzindo características únicas, pessoais e/ou do lugar “refletindo ou exprimindo os seus valores explícitos e implícitos” (Guerra, 2019a, p. 130). Em países “periféricos”<sup>101</sup>, como Portugal, essas movimentações, além de símbolos de resistência, serviram como alicerce para o conhecimento, geração e expansão do “pop-rock” no começo dos anos oitenta.

---

<sup>101</sup> Miaoju Jian, em seu estudo sobre cenas DIY em Pequim e Taipei, (cf. Bennett, 2018) demonstra como o espírito do “faça você mesmo” é usado nestas localidades como meio de resistência a políticas governamentais para a música em que apoio à artistas selecionados como “adequados” pelo regime local – um filtro “oficial”, com base em preceitos de mercado - serve como marketing para o mercado internacional. O DIY permite aos “renegados” pelo poder estatal uma maior liberdade ainda que possa custar a sobrevivência na música (Bennett, 2018).

Diferentemente de outros países europeus e da América do Norte, a primeira geração de punks portugueses não adotou carreiras DIY como uma reação à comercialização da música e da cultura popular, uma vez que essa situação não existia da mesma forma em Portugal naquele momento. Em vez disso, essas carreiras foram um passo necessário para estabelecer a base cultural através da qual as novas sensibilidades urbanas e cosmopolitas da juventude portuguesa pós-revolução poderiam se desenvolver (Bennett, 2018, p. 138).

Em Portugal, mais do que buscar transformar um estilo específico de música popular, o *punk* atuou como um catalisador que estimulou o desenvolvimento de outros gêneros musicais populares com estéticas de oposição e formas alternativas de vivenciar a noite e novos espaços de lazer. O *punk* estabeleceu um ambiente de abertura e cosmopolitismo que incentivou o surgimento de novas culturas juvenis. As gravadoras conseguem concessões por parte das autoridades, obtendo acesso a espaços e recursos, ainda que limitados. Essa prática tem se tornado cada vez mais comum nesse cenário. Portanto, o que tem sido observado nos últimos 10 a 15 anos em Portugal é a assimilação pelas gravadoras indie da abordagem “faça você mesmo” (DIT), visando “assegurar meios de subsistência” e existências mais estáveis (Bennett, 2018, p. 7). Essa postura propicia o surgimento de modelos de negócios mais sustentáveis, por meio do diálogo com grandes empresas ou o setor público, ao mesmo tempo que busca preservar a essência do movimento.

Não obstante, essas tentativas de criação de carreiras são cercadas de insegurança e incertezas. Muitos desistem em busca de estabilidade financeira e carreiras mais “formais” e cenas se esvaem. Desse modo, as diferentes formas do DIY, do DIT e de cenas musicais são métodos iniciais que sujeitos desenvolvem para fuga do cotidiano que vivem. Isso vai ao encontro do que Bourdieu fala sobre *illusio*, ou seja, maneiras de como esses agentes se envolvem com as formas em que significados são criados, sustentados e modificados, moldadas socialmente com base ingenuidade e imaginação (McKay, 1998; Threadgold, 2018). Assim, são também formas de “localizar” pessoas afins que entenderiam e responderiam a um *chamado* para a criação em conjunto e/ou expandindo, espalhando, o conceito para outros lugares, criando diferentes modos de lidar com a música e modos de consumo.

*O do-it-yourself/release-it-yourself (...) representou a **derrubada**<sup>102</sup> da indústria musical tradicional porque era o povo se apoderando dos meios de produção (gravada), fazendo seu próprio entretenimento e vendendo-o através de mentes criativas e autônomas (Reynolds, 2005, p. 97, grifo meu).*

O DIY/DIT não só permitiram a desmistificação do processo de produção discográfica, foram processos de desnudamento do artista em si, da democratização da música ao se descobrir que não era preciso técnica apurada, equipamentos ou instrumentos caros, ou ainda grandes orçamentos para se iniciar uma banda e gravá-la. São formas autênticas e singulares de reconfigurar a existência por meio do trabalho pela música.

*As estruturas improvisadas ou inventadas (são as traduções grosseiras do processo de bricoleur) como respostas ad hoc a um ambiente, servem então para estabelecer homólogas e analogias entre a ordenação da natureza e a da sociedade, e assim, “explicar” satisfatoriamente o mundo, tornando-o habitável (Hawkes 1977, pp. 36-37).*

Essas práticas permitiram a aproximação entre a música e os fãs saindo do jugo das grandes gravadoras e dos processos mecanizados de produção e distribuição com o propósito de atingir grandes audiências. O DIY e o DIT embebem a música de um caráter contestatório ganhando valor social, cultural e político, sendo peça fundamental para o desenvolvimento de diversos gêneros musicais como o rap, a música dance e, claro, o indie (Bennett, 2018, p. 134). No decorrer desse período em que emergiram tais gêneros musicais, a desindustrialização nas regiões do norte do mundo e o aumento da disseminação cultural global, à medida que várias nações transitavam de economias produtivas para sociedades centradas no consumismo, exerceram uma notável influência na progressão da cultura do “faça você mesmo” em uma perspectiva global (Bennett, 2018, p. 134).

No novo século, a internet potencializou as capacidades do DIY e do DIT, criando mais pontes entre indivíduos e cenas, gerando fragmentações (Oliveira et al., 2016). Surgem novas formas de trabalho comunitário e sistemas de troca de informações mais fortes e ágeis. Oliveira et al. (2016) ressaltam a importância vital desses sistemas de informação, que se revelam indispensáveis para a realização de atividades criativas. Eles introduzem novas abordagens ao pensamento colaborativo, funcionam como instrumentos para a promoção autônoma de atividades criativas e fortalecem as conexões com outros músicos e fãs. Nesse sentido, esses sistemas desempenham um papel determinante ao impulsionar uma transformação significativa nos métodos de criação e interação.

---

<sup>102</sup> Como veremos à frente, a expressão “derrubada” soa exagerada.

### 3.5. AS TEMPORALIDADES DO INDIE

Assim como traçamos uma cronologia da indústria fonográfica com avanços, retrações, crises e inovações e o surgimento de iniciativas independentes, importa também visualizar e entender momentos chave do indie dentro da história da música gravada. Analisaremos não só a gênese, mas como o indie se expande, influenciando o mercado, a partir na década de 1990, depois do lançamento – e do estrondoso sucesso de vendas - do disco *Nevermind*, em 1991, da banda estadunidense Nirvana e a subsequente caça à “nova galinha dos ovos de ouro” pela indústria fonográfica. Movimento que aproxima majors e indie, tendo forte impacto na forma como os selos menores começariam a se profissionalizar na década seguinte.

Serão analisadas também a evolução das tecnologias de áudio, que, ao longo das décadas, foram facilitando cada vez mais a gravação e pós-produção de álbuns e o aparecimento dos portais de internet de divulgação musical, como o Myspace. Estas novidades impactam em novos desafios para os selos indie fazendo surgir novos paradigmas para o gênero como a discussão sobre a necessidade para artistas o vínculo à uma gravadora (seja ela qual for). E, por fim, entenderemos como a indústria (tanto a major quanto a indie) acaba dialogando nos anos 2010 com o aparecimento das *DSPs* como Spotify, Deezer, Apple Music, entre outros. Assim, visualizaremos como as gravadoras indie se posicionam nesse novo mundo de música desmaterializada sendo praticamente obrigadas a estarem visíveis nestas e usando outras plataformas como o Bandcamp como aliados pela sustentabilidade.

Para tal, é inevitável expandirmos nosso recorte para que a história dos selos indie seja coberta, podendo ser contextualizada quando tratarmos especificamente das gravadoras indie portuguesas de 1982 a 2017. No fim dos anos 1970, em meio à explosão *punk*, como vimos até mesmo o Sex Pistols, banda seminal do movimento, possuía contrato com uma grande gravadora<sup>103</sup>. Gravar, lançar e distribuir um disco pelas próprias mãos parecia uma ideia a anos luz de distância de qualquer artista. Devido aos custos, editar um disco sem a necessidade de uma gravadora era algo inviável.

Como já mencionado, *Spiral Scratch*, lançado em janeiro de 1977 pela banda Buzzcocks, de Manchester, Inglaterra, é considerado o primeiro marco indie. O EP de quatro faixas foi gravado,

---

<sup>103</sup> Dois, contando o primeiro acordo – e a subsequente expulsão – com a EMI Records e depois o contrato com a Virgin Records.

editado, custeado pelo grupo e lançado pelo selo New Hormones, criado e financiado pela banda e pelo produtor Richard Boon<sup>104</sup> (King, 2012b, 2012a; Logue, 2015; Reynolds, 2005). Esta “tomada dos meios de produção” pelos Buzzcocks foi uma necessidade, uma vez que “os observadores das grandes gravadoras não se aventuravam em Manchester” (Boon como citado em Simpson, 2017).

Mesmo sem uma major por trás, *Spiral Scratch*, vendeu 16 mil cópias (Simpson, 2017), provando que com criatividade era possível ter controle absoluto dos processos musicais, da produção, edição, à distribuição (Simpson, 2017). O EP do Buzzcocks foi a senha para que bandas, artistas ou atores comuns à margem do *mainstream* pudessem vislumbrar produzir disco ou movimentar cenas em qualquer lugar: “Foi uma declaração: “É isto que eu quero fazer”” (Iain McNail, manager, Cherry Red, como citado em Logue, 2015). *Spiral Scratch* foi um divisor de águas e, no processo, o indie foi criado (Simpson, 2017).

*Spiral Scratch* foi inovador em diversos modos. A começar pela capa, uma foto em preto e branco tirada pela banda em frente a estátua de Robert Peel, na Piccadilly Gardens, em Manchester, pela polaroide de Pete Shelley. Isto num momento em que a maioria dos singles ou EPs sequer tinham capas, ainda mais os independentes. Em quatro dias, as mil cópias produzidas inicialmente foram comercializadas. Era a própria banda que negociava com lojas de discos da cidade e com cadeias como a HMV. Ogg (2009) destaca a chegada de uma nova era de independência, que se revela mais significativa do que aquela experimentada por selos como a Stiff Records e outras de médio porte, que, em certo ponto, eram veteranas no mercado fonográfico.

Além de provarem que uma banda, ou um selo, poderia ter controle de toda produção musical gravando, lançando e distribuindo o próprio disco, o Buzzcocks mostrou que também era possível fazê-lo em Manchester e longe dos grandes centros, no caso Londres. Algo que foi percebido pelos seus conterrâneos (King, 2012b).

*Uma vez que Spiral Scratch aconteceu, todos que tinham uma banda se sentiam empoderados para fazerem o que quisessem nas suas próprias condições e era possível fazer fora de Londres. Uma vez provado que era comercialmente viável fazer*

---

<sup>104</sup> A despeito do fanzine *The Secret Public*, do mesmo ano, uma co-criação entre o escritor Jon Savage e a artista gráfica Linder, o selo não produziu qualquer outro registro até março de 1980. O nome, New Hormones, vem de uma publicação escrita por Howard Devoto, integrante original que saiu logo após o lançamento do single para voltar à universidade. O disco de quatro faixas foi produzido por Martin Hannett que teria alguns anos mais tarde seu nome ligado fortemente à cena de Manchester e a Factory Records, de Tony Wilson.

*parte do negócio da música tudo é possível. E, de repente, estávamos num novo mundo (King como citado em Logue, 2015).*

Se o *punk* foi o desnudar de que era necessário técnica apurada em um instrumento para estar em uma banda<sup>105</sup>, *Spiral Scratch* mostrou que não eram precisos grandes orçamentos, estúdios caros e esquemas de distribuição complexos para editar um disco e disseminá-lo. Bastava dedicação, algum investimento e *networking* (Crossley, 2008, 2009, 2015). *Spiral Scratch* foi o ponto de partida para uma nova época que seria logo depois conhecida como pós-*punk*, quando seria moldada a estética do indie (Murray, 2018).

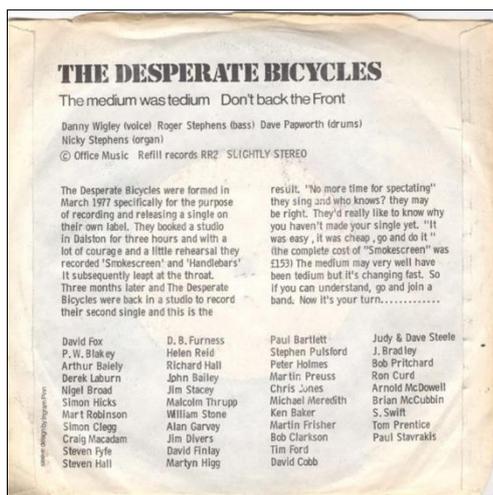
A produção do EP pelos Buzzcocks significava uma nova concepção. Era possível ser *integralmente* independente; sem amarras com grandes empresas garantindo assim 100% de liberdade artística. “Muitas pessoas ‘entenderam’ *Spiral Scratch* e responderam a ele como um sinal, um catalisador, um chamado à ação” (Reynolds, 2005, p. 94). Quando *Spiral Scratch* foi lançado em 1977, o mercado fonográfico estava concentrado nas grandes gravadoras. Cerca de dois terços de tudo que era produzido na Grã Bretanha eram distribuídos por seis grandes companhias transnacionais (King, 2012b). Apenas a EMI, estimava-se, era responsável por cerca de um terço de todos os discos vendidos na Grã-Bretanha nos anos 1970 (Crossley, 2015).

*Spiral Scratch* gerou reações imediatas. Uma delas foi o disco *Smokescreen* da banda londrina, The Desperate Bicycles, também considerado seminal para a desmistificação e conseqüente democratização dos meios de produção musical. Na contracapa do segundo single da banda, *The Medium was Tedium*, de 1977, estava escrito: “Foi fácil, foi barato, vá e faça”<sup>106</sup>. Lançamentos como estes serviram de modelo para o *modus operandi* a ser seguido dali em diante. “A saber; arrume ou pegue emprestado o dinheiro para prensar o disco, envie para o John Peel, depois venda via Rough Trade/Small Wonder e pelo correio” (Ogg, 2009, p. 129).

---

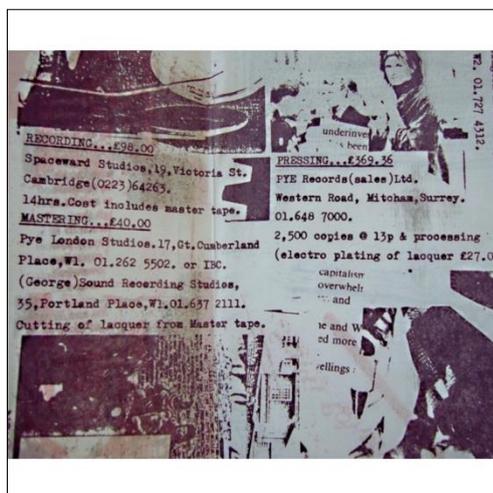
<sup>105</sup> <https://punkgirlidiaries.com/this-is-a-chord/>. Acessado em 21/09/2021.

<sup>106</sup> Tradução literal de “It was easy it was cheap go and do it”.



**Figura 3** - Contracapa do single "The Medium Was Tedium", da banda Desperate Bicycles. Fonte: <https://eu.rarevinyl.com/products/the-desperate-bicycles-smokescreen-uk-7-inch-vinyl-single-rr1-333279>

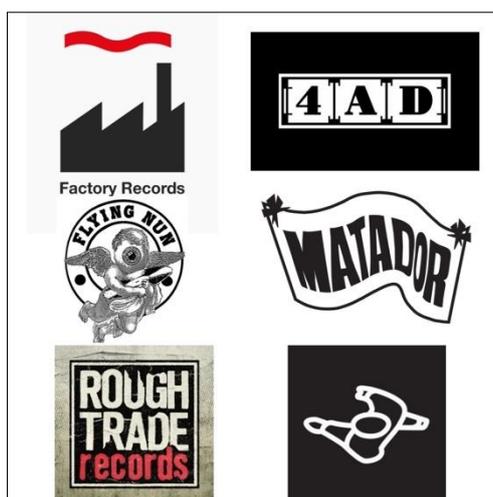
Na mesma época, outra banda britânica, o Scritti Politti, de Leeds, detalharia os custos de produção na contracapa do single *Skank Bloc Bologna* (1978) (Ogg, 2009, p. 131). O processo era uma revelação para uma geração de músicos e agentes.



**Figura 4** - Contracapa do single Skank Bloc Bologna da banda Scritti Politti. Fonte: <https://oneweekoneband.tumblr.com/post/127497643759/scritti-politti-skank-bloc-bologna-single>

Na sequência, um grupo de gravadoras indie como a Fast Products (1977), Rough Trade (1978), 4AD (1979), Mute (1978), Factory (1978) irrompeu na Grã-Bretanha, todas com linguagens próprias e táticas peculiares de tratar o mercado fonográfico (Aston, 2013; King, 2012b; Reynolds, 2005; Taylor, 2010). Nem sempre organizadas, mas inspiradas pela liberdade criativa e pela democratização dos meios de produção musical.

As implicações de “Spiral Scratch” foram enormes. Sempre houve gravadoras independentes, como a Triumph, de Joe Meek, ou a Immediate de Andrew Loog Oldham, mas eram, no geral, pequenas empresas tentando ser grandes, como a Island ou a Virgin. Chiswick e Stiff estavam lançando material relacionado ao punk, mas não como se fosse de dentro: o que havia de tão perfeito no EP do Buzzcocks era que sua estética combinava perfeitamente com os meios de produção. “Foi o primeiro disco independente que as pessoas realmente queriam”, como disse Geoff Travis, da Rough Trade (Savage, 1991, p. 297).



**Figura 5** - Montagem com as logos de algumas das principais gravadoras indie da história. Em sentido horário: Factory Records, 4AD, Flying Nun, Matador Records, Rough Trade Records e Mute Records. Fontes: <https://tinyurl.com/5n6m4vpm>, <https://tinyurl.com/4t8wykdr>, <https://www.flyingnun.co.nz/>, <https://www.matadorrecords.com/>, <https://tinyurl.com/5chpyusa> e <https://mute.com/>

Estas, e outras gravadoras, que se sucederam após *Spiral Scratch* mostraram que era possível pensar em mercados paralelos ao *mainstream*. Alguns discos, por exemplo, foram muito bem sucedidos como o de estreia da banda Stiff Little Fingers, banda da Rough Trade, de 1979, que vendeu mais de 100 mil cópias, tornando-se o primeiro lançamento totalmente independente a chegar a tal marca (Parker, 2020). O momento mostrava que “qualquer um poderia competir com os grandes, mas só aconteceu porque [*Spiral Scratch*] foi um disco inegavelmente impactante” (Geoff Travis, Rough Trade, como citado em Simpson, 2017). Como afirma Richard Kirk, da banda Cabaret Voltaire, um dos ícones do *pós-punk*<sup>107</sup>, se qualquer banda poderia gravar um disco, qualquer pessoa poderia ter uma gravadora. E muita gente o fez (como citado em Logue, 2015).

As indie se espalhavam no período com novas propostas como o desprezo por contratos assinados, a divisão de 50% dos lucros das vendas dos discos com os artistas, algumas pagavam a

---

<sup>107</sup> Curiosamente a banda de Sheffield fora formada em 1974, antes até do aparecimento do *punk*, mas devido à sua estética e sonoridade foi “integrada” ao *pós-punk*.

totalidade das despesas de gravação e no fim o artista ainda continuaria sendo dono dos direitos do fonograma, prática não usual na indústria fonográfica. Este início foi marcado por uma busca pelo “amadorismo” no seu *stricto sensu*, o amador, aquele que ama. A esquiva de qualquer rastro de profissionalismo num primeiro momento que as fizesse parecer com uma *major* era a ordem do dia.

Se o indie, enquanto conceito surge após a produção e distribuição de *Spiral Scratch* e outros fonogramas que seguiam a cartilha da total independência, o aparecimento das primeiras gravadoras indie marcou o início do período que se convencionou a chamar de *pós-punk* (King, 2012b; Reynolds, 2005, 2009). Enquanto movimentação cultural, o *pós-punk* teve seu momento de maior expressão e expansão entre 1978 e 1984, marcado simbolicamente como imediatamente após o fim dos Sex Pistols, em 1978 (e a consolidação do neoliberalismo), tendo sua fase de expansão emblematicamente delimitada até a derrota das greves dos mineiros britânicos, em 1984<sup>108</sup> (Butt et al., 2016; King, 2012b; Reynolds, 2005, 2009). Se o indie teve no *punk* a sua influência em relação ao *modus operandi*, no que se refere às estéticas musicais e artísticas, será no *pós-punk* e suas “premissas”: experimentalismo, maior diversidade de referências culturais e musicais que ele se moldará e se expandirá.

O *pós-punk* é sobre recuperar o popular, expandir o nicho, modificar regras (Butt et al. 2016). Podemos usar como metáfora a bacia semântica de Gilbert Durand para exemplificar como o *pós-punk* foi o berço de bandas, selos tão diversos e do *ethos* indie ao longo da década de 1980. Das suas pequenas “correntes descoordenadas” surgindo em setores marginalizados e que “testemunham a usura de um imaginário localizado, cada vez mais imobilizado em códigos, regras e convenções” (Durand, 2004, pp. 104–105), se fragmenta em diversos “sub gêneros” calcados na liberdade artística, tornando-se, na visão de Durand, uma intensa resistência contra os estados imaginários anteriores, destacando a natureza contundente desse confronto (2004, p 107). Essas ramificações desaguam num “delta” onde há a penetração de outros “escoamentos”, ou seja, outras práticas e que se enriquecem através da mescla de estilos e sonoridades. Como resultado direto, gravadoras indie apostam inicialmente em uma panóplia de estilos e gêneros, evidenciando a diversidade musical da época. (King, 2012). Os vieses experimentais e “eruditos” do *pós-punk* eram alternativas para a repetição e a uniformidade das *majors*. E isto facilitou o surgimento de novos modos de fazer e de ouvir

---

<sup>108</sup> A correlação se dá devido ao fato ter marcado um momento de desesperança de jovens e da classe trabalhadora britânica, com clara vitória do liberalismo de Margaret Thatcher.

música (Crossley, 2015, p. 3). O *pós-punk* era um movimento em constante evolução e se ramificando em diversas direções e foi, nas palavras de Robb, “um período fascinante de reconstrução sem forma e sem ideias rígidas” (Robb, 2023, p. 131).

Com leque de influências mais alargado em relação ao *punk*, no *pós-punk* era novamente “permitido” (Crossley, 2015; Reynolds, 2005) gostar e absorver referências de gêneros que não fossem exclusivamente o *rock* como a *disco*, o *reggae*, o *krautrock*, entre outros. Enquanto o *punk* era “purista”, o *pós-punk* era permeável à novas - e velhas - influências. Era como um “polinizador” musical entre jovens que, a partir do *punk*, se empoderaram como músicos autodidatas, usando a imaginação para criar vertentes musicais, eram as ideias acima da habilidade. Desse modo, o *pós-punk* transcendia a definição de um gênero musical e representava, principalmente, um espaço repleto de possibilidades. Como diz Crossley, o *pós-punk* significava a incorporação de uma variedade de outras formas musicais, desde o *folk* até o *funk* e *rockabilly*, que foram redescobertas e reinterpretadas, resultando em um mosaico diverso de experimentação fundamentado no princípio do “faça você mesmo” (Crossley, 2015).

Além das características musicais, o *pós-punk* reconfigurava “a contestação, o niilismo, a iconoclastia e o minimalismo do *punk*”, adicionando elementos como o deboche, o hedonismo, o cinismo, o humor (Guerra, 2010, p. 143). Segundo Guerra, o *pós-punk* era mais inclusivo, com a maior participação de mulheres e homossexuais expressando-se artisticamente. Era um amálgama de questionamentos que surgiam na época, e não só na música, e da reação desses jovens em querer responder com urgência. Uma resposta “progressista e andrógina” ao *punk rock* “masculinizado e raivoso” (Guerra, 2010), numa atitude mais “universal” e “abrangente” que o *punk*. “Eu penso que os músicos mais inteligentes entenderam o conceito do *pós-punk* e de libertação social e não quiseram fazer parte do esquema do mainstream” (Geoff Travis, manager, Rough Trade, como citado em Parker, 2020, p. 39).

Um dos ícones do movimento foi o sintetizador. O instrumento permitia que qualquer pessoa com quase nenhum conhecimento musical pudesse tocá-lo e criar música. Muitos jovens na época, influenciados por bandas como Cabaret Voltaire, Depeche Mode, New Order, entre outras, passaram a adquirir sintetizadores ao invés de guitarras. O selo Mute<sup>109</sup>, de Daniel Mills foi um dos símbolos dessa

---

<sup>109</sup> <https://mute.com>. Acessado em 21/12/2022.

transformação (Reynolds, 2005). Era uma consequência da crescente tecnologia que permitia que pessoas sem apuramento técnico pudessem montar bandas. As técnicas de gravação mais acessíveis pelas novas tecnologias, fizeram com que as fitas de demonstração (fitas demo) tivessem mais qualidade, dando vazão a maiores experimentações juntamente com novas e inovadoras formas de utilização de instrumentos (Reynolds, 2009).

O lado mais experimental do *pós-punk* pode ser explicado (pelo menos parcialmente) pelo fato que até 1989, as escolas de arte do Reino Unido eram financiadas pelo governo. “A ironia é que apesar do *pós-punk* ser calcado no DIY, diversos músicos da época estiveram em escolas de arte para aprender a ser artistas profissionais” (Butt et al., 2016, p. 14). Era uma combinação de liberdade e capacitação para a expressão artística. Trata-se de uma cultura de experimentação, com viés artístico, mas ao mesmo tempo, de tendência popular. Baseava-se na diferença, na descoberta, e nas releituras do passado em busca de novas linguagens e de reescrever o passado e não o glorificar. A música do *pós-punk* “dramatizava a incerteza” (Butt et al., 2016).

O *pós-punk* era sobre quebrar barreiras, eliminar as fronteiras que mantêm a arte separada do dia a dia. De que havia um futuro a inventar a partir da música, através de formas e conteúdos radicais. O *pós-punk* era urgência (Reynolds, 2005). Esta advinha do momento social e econômico que o mundo passava com a predominância das políticas liberais de Margareth Thatcher (Reino Unido) e Ronald Reagan (Estados Unidos), o temor de uma hecatombe nuclear com a acentuação da Guerra Fria entre estadunidenses e soviéticos, o desastre de Chernobyl (na antiga URSS), as campanhas de cunho moralista contra as drogas, a expansão da AIDS, entre outras (Guerra, 2010; Reynolds, 2005). Essa realidade se refletiu na sonoridade das bandas e artistas da época. Um “caldeirão” de influências diversas que gerou fortes efervescências artísticas por todo o mundo. Hesmondhalgh e Meier (2015) falam de “intelectuais orgânicos do pós-punk” que incorporaram a oposição romântica da arte ao comércio da contracultura dos anos 60, adicionando a ela uma compreensão da política de produção e circulação musical, especialmente no que diz respeito ao desafio de levar produtos ao público.

Os temas abordados passaram a ser mais pessoais, o viés político que imperava no *punk*, ou a falta de perspectiva do indivíduo com a vida social, dividia espaço com outras questões: “o pessoal é político” (Reynolds, 2005, p. XVIII). Consumo, vida sexual, relações amorosas, dramas do cotidiano eram fontes líricas do *pós-punk*. A arte ganhava espaço na visão desses indivíduos para lidar com a realidade em que viviam, usando-a como ferramenta de não-conformismo. Restava aos indivíduos reinventar o ambiente através da arte.

*O pós-punk foi nosso antídoto para tudo isso de uma vez. Representou um contra-ataque público à hegemonia cultural Thatcherista no final dos anos 1970 e 1980. O Rock Against Fascism, shows em benefício dos mineiros, política para homossexuais, estilos de vida alternativos, música eletrônica, multiculturalismo, feminismo: essas eram apenas partes do firmamento cultural em que o pós-punk foi apresentado e que foi contra o projeto de Thatcher para tornar a Grã-Bretanha grande novamente através de uma excludente, às vezes moderna (neoliberal), às vezes antiquada (vitoriana) de uma identidade britânica (Butt et al., 2016, p. 23).*

Essas características ajudavam a compor o cenário que explica o fato do *pós-punk* ser – mais – ligado a cidades industriais como Manchester, Sheffield, no Reino Unido; Cleveland, nos Estados Unidos; ou ainda Düsseldorf, Alemanha, lar do Kraftwerk. Nelas, a vida era mais dura, com menos oportunidades, sem grandes possibilidades de diversão, fadada ao trabalho maçante. O *pós punk* vislumbrava resgatar o passado vibrante de algumas dessas cidades por meio de uma nova e desafiadora música.

*Crescendo em cidades fisicamente e mentalmente marcadas pela violenta transição do século XIX dos costumes rurais para os ritmos não naturais da vida industrial, esses grupos tinham um ponto de vista privilegiado para refletir sobre o dilema da alienação versus adaptação na era das máquinas (Reynolds, 2005, p. XXIV).*

E mais a frente Reynolds continua:

*Há algo nas cidades que um dia foram prósperas - os resíduos da riqueza e do orgulho formam um rico solo onde a boêmia pode florescer. Existe o legado material da prosperidade anterior: faculdades, escolas de arte, museus, galerias; grandes casas já desgastadas e baratas para alugar; armazéns abandonados e fábricas vazias, facilmente reaproveitados como espaços para ensaios ou para atuações (Reynolds, 2005, p. 31).*

Do outro lado do oceano o *pós-punk* também se ramificava. Nos Estados Unidos, uma vertente mais “pop”, a New Wave ganhava terreno com uma mescla da simplicidade do *punk* com produções mais melódicas (Guerra, 2010, 2013). Sintetizadores, baterias eletrônicas e a mistura de estilos marcavam essa produção mais “alegre” e “colorida” que, assim como seu contemporâneo britânico, bandas dessa leva tiveram boa receptividade na primeira onda do *pop rock* português na década de 1980, como Blondie, Talking Heads (e suas experimentações com ritmos negros), Oingo Boingo, entre

outras. É um estilo que se beneficiava amplamente da implementação da MTV estadunidense em 1981<sup>110</sup>.

De acordo com Crossley, o pós-*punk*, longe de ser apenas uma “sequência”, foi uma reação ao que o *punk* havia se tornado: um estilo cooptado pelas grandes gravadoras (Crossley, 2015, p. 10–11). Além de musicalmente não ter muito mais a oferecer: “depois de seis meses de *punk*, todo mundo ficou entediado e começou a mergulhar em coisas mais estranhas” (Les Pattinson, baixista, Echo and the Bunnymen, como citado em Crossley, 2015, p. 163). Para Henry Rollins, da seminal banda punk estadunidense, Black Flag, o punk se tornava para as novas bandas “um pátio de prisão com um muro alto para muitos deles romperem” (Henry Rollins, Black Flag, como citado em Robb, 2023, p. 470).

Se no *pós-punk* o indie floresce e ganha identidade, com algumas das bandas do período alçando grande popularidade e se tornando objeto de culto como The Cure, The Smiths, Blondie ou Talking Heads, pouco tempo depois, no começo da década seguinte, nos Estados Unidos, outro fenômeno, de cunho mais mercadológico, vai ampliar de maneira caótica a popularidade do gênero, causando transformações definitivas nos modos como o mercado e o indie se desenvolveria.

Nevermind – lançado em 1991 - foi o divisor de águas da música chamada “alternativa” nos Estados Unidos e no mundo. Quando da explosão causada pelo sucesso do álbum, houve incertezas e comemorações no meio indie. Parte preocupada com o assédio do grande público às bandas do gênero, temendo um esvaziamento do gênero, o que realmente aconteceu; outra celebrava a “vitória” dos “renegados”, dos que até então não tinham espaço na grande mídia, nas prateleiras das grandes lojas, e na audiência das grandes redes de televisão. O que levou Gina Arnold, influente jornalista musical estadunidense da época, a proferir na época: “nós vencemos”.

*O “nós” era uma ampla cooperativa de fanzines, rádios underground e universitárias, shows locais por TV a cabo, lojas de discos, distribuidores independentes e gravadoras,*

---

<sup>110</sup> Ao mesmo tempo, uma reação – ou rejeição - direta à *New Wave* foi o que se chamou de *No Wave*<sup>110</sup>, em Nova York, no fim dos anos 1970 e começo da década de 1980. Era um “não-movimento”, calcado ainda mais na experimentação, que durou pouco, mas com impacto direto no *underground* estadunidense, notado em artistas como o Sonic Youth e influenciado por bandas como Velvet Underground, Suicide, John Cale, entre outros. A *No Wave* era “uma coleção de artistas extremos que desafiou a classe, desprezou as convenções, desafiou o público, se recusou a se comprometer e, consequentemente, influenciou uma parte importante da cultura pop e da mídia desde então” (Lunch, como citada em Butt et al., 2016, pp. 29–30). Era uma cena em que a arte livre, experimental e aberta a ideias radicais ditavam as “regras”. Foi nesse cenário que surgem gravadoras com viés mais radical como a nova-iorquina ZE Records (fundada em 1978). O estilo e a atitude da *No Wave* também encontraram seu caminho no cinema, através de cineastas como Jim Jarmusch, e no mundo da arte, com artistas de grafite icônicos como Jean-Michel Basquiat, Keith Haring e Michael Holman. A cena *No Wave* inseminou a efervescência de espíritos inovadores, que utilizavam os próprios instrumentos do rock para desafiá-lo (Robb, 2023, p. 473).

*folhetos com dicas, boates e locais alternativos, agentes, bandas e fãs que vinha prosperando há mais de uma década antes que o mainstream percebesse* (Arnold, como citada em Azerrad, 2001, p.3).

Em abril de 1991, o Nirvana, banda de Olympia, cidade cerca de 100km de Seattle, noroeste dos Estados Unidos, assinava com a major DGC - David Geffen Company após o disco de estreia, *Bleach*, de 1989, ser aclamado pela crítica especializada e sair pelo selo indie local SubPop<sup>111</sup>. Cinco meses depois, em 24 de setembro, a banda lançava o segundo álbum, *Nevermind*, com apenas 50 mil cópias prensadas e estreando na posição 144 nas paradas musicais. De modo meteórico, em janeiro de 1992, e três milhões de cópias vendidas depois (triplo-platina) o disco não só desbancou Michael Jackson, considerado o “Rei do Pop”, do primeiro lugar das paradas como apresentava um “novo” estilo<sup>112</sup>, o *grunge*, calcado em bandas do que ficou conhecido como Cena de Seattle<sup>113</sup> (Azerrad, 1992).

*As reverberações foram sentidas em todos os níveis consideráveis do mundo da música, de salas de ensaio, a salas de reuniões, de rabiscos em cadernos de estudantes até o modo como a música gravada independente operava no mercado global (...) o mundo indie explodiu* (Jarnow, 2012, p. 199).



**Figura 6** - Acima: as logos das gravadoras SubPop e Geffen Records. Embaixo: a capa de *Nevermind*, segundo álbum da banda Nirvana. Fontes: <https://tinyurl.com/93msyeek>, <https://tinyurl.com/ztwv5wt> e <https://www.nirvana.com/album/nevermind/>.

O sucesso de *Nevermind* provocou uma procura nunca vista ao mercado indie por “novos nirvanas”, ao chamar a atenção de grandes gravadoras. Era a época de expansão das mídias impressas e televisivas, fez com que mercados periféricos como Portugal tivessem mais acesso às

<sup>111</sup> A Sub Pop atualmente tem boa parte da empresa vendida à Warner, uma major (Passman, 2021, p. 73).

<sup>112</sup> *Grunge* foi uma nomenclatura dada às bandas da cena de Seattle após a popularização do Nirvana. Mas antes dela, grupos como Alice in Chains, Soundgarden e, principalmente, Green River, já chamavam a atenção.

<sup>113</sup> Inicialmente, a DGC não acreditava que o álbum pudesse vender mais que 250 mil cópias (Azerrad, 1992). Porém, *Nevermind* já ultrapassou os US\$ 80 milhões em vendas (Jarnow, 2012)<sup>113</sup>.

novidades musicais vindas do *underground*. A “onda” provocada pelo disco e a subsequente aparição maciça de bandas indie no *mainstream* foram determinantes em Portugal para o surgimento de selos como Bee Keeper e MoneyLand Record\$ que, de certa forma, “representavam” aquela sonoridade no país.

Assim como com o *punk* nos anos 1970, as majors, nos anos 1990, enxergaram no indie um novo filão, homogeneizando o estilo e “domesticando” a liberdade artística<sup>114</sup> com a contratação de diversas bandas “similares” ou que somente fossem da região de Seattle, ou ainda, como vimos com o “alternativo”<sup>115</sup> criando grupos que emulavam sonoridades semelhantes às do *grunge* (True, 2006, p. 345). O Nirvana surge como alternativa para a música que dominava as grandes rádios e MTV. Toda a mídia se rendia<sup>116</sup> ao chamado “*rock alternativo*” passando a veicular bandas do “formato”.

*As bandas indie vêm mostrar que a obrigatória ligação dos fãs que marca o rock n’ roll pode expressar-se e consolidar-se de formas distintas aos concertos de estádio e à MTV, afirmando que aquilo que outros veem como limitações eles advogam como virtudes, as quais marcam não apenas um estilo musical mas uma maneira de estar na vida* (Guerra, 2010, p. 167).

Desse modo, o sucesso de *Nevermind* deu ao *underground* uma exposição nunca vista. O Nirvana representava a música a base de guitarras que misturavam o *punk* a estilos mais melodiosos, que se espalhava por cenas musicais e que tinham nas *College Radio* e gravadoras indie como Matador Records, K Records, Dischord Records, entre outros, seus maiores disseminadores e bandas como Fugazi, R.E.M., Replacements, Sonic Youth Husker Dü, alguns dos expoentes.

*[Nos anos 90] o indie e o rock/pop alternativo tornaram-se, para usar a linguagem do sociólogo Pierre Bourdieu, os gostos musicais preferidos da fração dominada da classe dominante – ou seja, aqueles que tinham níveis relativamente altos de capital cultural, mas capital econômico relativamente baixo, em comparação com outros da mesma classe social. Nos EUA, o rock alternativo tornou-se “música universitária”, disseminado incansavelmente nas rádios universitárias* (Hesmondhalgh & Meier, 2015, pp, 04–05).

---

<sup>114</sup> O “estilo” *grunge* tornava-se também um produto. As camisas de flanela utilizadas pelos moradores da região eram cooptadas pela indústria da moda. Estilistas como Marc Jacobs criavam linhas “baseadas” no *grunge*. Super modelos como Naomi Campbell faziam sessões fotográficas inspiradas na “moda *grunge*”. Houve uma “commoditização” do normal. Como podemos atestar nestas “dicas” veiculadas por um *site* de moda, de como “ser *grunge*”. “E foi essa visão natural e até desleixada que foi passada também para o estilo *grunge* de se vestir! Eles queriam mostrar que não se importavam nem um pouco com a opinião dos outros. (...) O visual *grunge* se caracteriza, principalmente, pelas camisetas básicas, camisas xadrez, calças rasgadas – que hoje chamamos de *destroyed* – e pelos tênis bem surrados (sobretudo os All Star) ou botas de couro (...) o estilo *grunge* pede muita atitude. Caso contrário, as produções não terão credibilidade”. Em: <https://tudocommoda.com/estilos/estilo-grunge/>. Acessado 08/12/2020.

<sup>115</sup> Ver subcapítulo 3.2

<sup>116</sup> Segundo True, as rádios inicialmente se recusaram a tocar Smells Like Teen Spirit por considerarem que “não se conseguia entender a letra” da canção (2006, p. 298).

Com o sucesso do Nirvana, a indústria fonográfica vendia como *grunge* bandas de outras localidades como o Stone Temple Pilots (San Diego), o L7 (Los Angeles), ou até mesmo de fora do país como o inglês Bush (Londres) ou os australianos do Silverchair (New South Wales). Assim como quando a indústria cooptou a contra contracultura nos anos 1960, e no *punk*, na década de 1970, naquele momento era a vez das majors, e a indústria em geral, e vislumbrarem nas indie a maximização dos lucros (Jarnow, 2012, p. 219). Porém, em muitos casos, a passagem pelo *mainstream* era efêmera com muitas bandas voltando em seguida para o mundo independente por não atingirem números de vendas esperados pelas majors.

*Tenho certeza de que se o Flop fosse de Birmingham, a Sony não teria chegado perto de nós. Éramos de Seattle e estávamos relativamente bem na Frontier, uma gravadora indie. Acho que pensaram que éramos grunges, e por sermos de Seattle ficaram de olho. Dissemos a eles que não tínhamos a ver: “Não esperem que sejamos o Mudhoney”. Mas por mais que eles dissessem: “Oh, sim, claro”, eles viam cifrões. Mesmo que eles soubessem, iriam nos comercializar como se fossemos. Era sempre “Flop de Seattle”. Assim que perceberam que não éramos grunge, ficaram mais do que felizes em se livrar de nós depois de apenas um álbum (Rusty Willoughby, músico, Flop, como citado em Yarm, 2011, p. 318).*

Hyden (2020) argumenta que eras nunca têm um começo preciso, e embora os historiadores frequentemente apontem eventos políticos, como guerras, tragédias nacionais ou eleições, como marcos fundamentais, a cultura pop, especialmente a música pop, desempenha um papel crucial na definição de períodos históricos. Elvis Presley, os Beatles, o movimento disco, o punk, o álbum *Thriller* de Michael Jackson e *Nevermind* do Nirvana são todos citados como indicadores significativos de diferentes décadas.

O principal legado foi a abertura dos portões do grande mercado de um modo sem volta. A massificação que acompanhou o interesse em *Nevermind*<sup>17</sup>, no Nirvana e em seus congêneres, acabou por ter um efeito profundo em diversas gravadoras indie. Com a visibilidade e a aproximação com as majors, várias gravadoras indie “provaram” o gosto de algum sucesso, tiveram contato com práticas mercadológicas mais profissionais e fluidas, e se moldaram para assumir posturas mais profissionais.

---

<sup>17</sup> O impacto midiático de *Nevermind*, também pela veiculação maciça da MTV, que ainda buscava se posicionar como um canal musical moderno (True, 2006), fez da SubPop milionária “da noite para o dia”. O selo recebia US\$ 2,50 por cópia vendida do álbum que ultrapassou 80 milhões de unidades comercializadas. “A Sub Pop começou com um investimento de US\$ 20 mil Quinze anos depois, a empresa recebeu um cheque de US\$ 20 milhões da Time Warner” (Bruce Pavitt, manager, Sub Pop, como citado em Yarm, 2011, p. 96). Em comparação, *Bleach*, o primeiro disco do Nirvana, lançado pela Sub Pop, teve 35 mil cópias vendidas.

Além disso, abriu o leque de opções musicais para milhões de jovens em todo o mundo que se identificaram com um universo indie até então desconhecido para eles.

*Esperançosamente, eles [os fãs] gostarão da nossa música e ouvirão outra coisa que está na mesma linha, que é um pouco diferente. Com sorte, serão expostos ao underground lendo nossas entrevistas. Sabendo que viemos de um mundo punk-rock, talvez eles olhem para isso e mudem um pouco seus hábitos* (Kurt Cobain, músico, Nirvana, como citado em Azerrad, 1992).

Além em menos de uma década uma outra revolução estaria pronta para acontecer e que faria da indústria fonográfica um caos nos anos que se seguiriam. Somada a ela, esta aprendizagem que os selos indie tiveram em seus dias de sucesso na década seria determinante para novos tempos no gênero. Enquanto isso, na região norte da Califórnia, uma nova leva de organizações da Internet estava transferindo um imenso poder para uma geração de jovens altamente instruídos. Em vez de empresas fonográficas, eles estabeleceram *startups* e se infiltraram no cenário cultural de maneira semelhante ao *rock* universitário de alguns anos antes, porém em uma escala muito maior, transformando o mundo inteiro profundamente (Jarnow, 2012, p. 227).

Entre o fim dos anos 1990 e o começo dos anos 2000 a música se viu diante da mais radical e célere revolução da sua história (Krueger, 2019). Com ramificações que se verificam até os dias atuais, a revolução iniciada com a troca gratuita e online de arquivos musicais no formato mp3, marcava um cenário de novas e irremediáveis configurações no mercado fonográfico. Pela internet, a música voltava a ter uma forma “desmaterializada”, ou seja, poderia existir sem uma mídia física que a portasse, como anterior à invenção do fonógrafo, no fim do século XIX (Milner, 2009).

Através de plataformas online, a música experimentou uma disseminação sem precedentes, resultando em transformações nas práticas culturais e mercadológicas (Poell et al., 2019). Inicialmente, a internet parecia abrir amplas oportunidades, proporcionando ferramentas para conferir um caráter “universal” de forma praticamente instantânea ao que anteriormente estava restrito a contextos locais ou nacionais. Concomitantemente, os avanços nas tecnologias de gravação caseiras continuaram, permitindo que qualquer indivíduo com um computador pudesse ter em mãos estúdios portáteis, contribuindo para desmitificar e democratizar ainda mais a produção musical. E, embora a internet tenha ampliado horizontes, também intensificou a competição. Cerca de 100 mil músicas são carregadas diariamente em plataformas como o Spotify (*It's happened: 100.000 tracks are now being uploaded to streaming services like Spotify each day*, 2022). A questão premente no cenário indie contemporâneo reside em como se tornar visível nesse vasto universo.

Diante da proliferação da troca gratuita de arquivos musicais em formato mp3 online, as grandes gravadoras alegaram enfrentar uma das maiores crises de sua história, justificando-a pela queda nas vendas de formatos físicos. A prática de compartilhamento online foi rotulada pela indústria como “pirataria”<sup>118</sup>, visando criminalizar a atividade. Essa retórica, no entanto, encobria os motivos principais: as consolidações no setor e a iminente fase de substituição dos formatos fonográficos, que centralizaria ainda mais o poder de mercado nas mãos de poucos e gigantes conglomerados.

Nesse contexto de expansão e desafios, os selos indie viram-se obrigados a se reposicionar, desenvolvendo estratégias e táticas para se destacarem em um mercado fonográfico que se tornava imensamente vasto. A suposta democratização prometida pela internet revelou-se, na verdade, um grande desafio que demandava novas abordagens por parte das gravadoras indie, envolvendo gestões mais profissionais, ao mesmo tempo que mantinham suas características distintivas em relação às grandes gravadoras, como a curadoria musical, proximidade com artistas e nichos específicos, e uma abordagem de gerenciamento de carreiras mais ampla e equitativa.

No começo do novo século, gravadoras indie valiam-se de espaços de difusão como o Myspace, percussor das plataformas virtuais de música, em que quaisquer artistas, bandas ou gravadoras podiam criar perfis para divulgar seus trabalhos e entrar em contato com outros(as) em todo o mundo (Albornoz & Gallego, 2011; Ernst, 2012; Galuszka, 2012). Surgido em 2003 nos Estados Unidos, o *Myspace* foi a primeira plataforma “orientada para o produtor” como viria a ser o *Bandcamp* na década de 2010 (Hesmondhalgh 2019). O *site*, juntamente com similares surgidos na época como *YouTube*, *LastFM* e *blogs* musicais, levava o espírito do *do-it-yourself* para a internet e rapidamente popularizava-se: estar online – ou disponível - era gratuito<sup>119</sup> (Dale, 2009; Ernst, 2012; Hesmondhalgh et. al 2019).

Assim, aparentemente gratuita e mais disponível, a música ganhava a forma não mais apenas de um produto, mas de um serviço (Krueger, 2019). E, uma vez que a produção caseira se expandia, gravadoras indie perceberam que precisavam alargar os modelos de negócios para sobreviverem e

---

<sup>118</sup> Pirataria, segundo Neves (1999) é uma gravação sonora obtida para ganho comercial sem autorização do proprietário dos direitos autorais. O termo seria utilizado para ligar os downloads gratuitos entre usuários de serviços como o Napster ao crime (Arditi, 2014). O que seria errôneo uma vez que pirataria significa a produção e comercialização de produtos falsificados. Para Arditi, quem baixa música não está roubando a música de outro usuário, que continua no computador deste. Porém, usaremos o vocábulo por este ter se popularizado no meio.

<sup>119</sup> O Myspace foi vendido em 2005 para a News Corporation por cerca de US\$ 580 milhões, sendo revendido seis anos depois por “apenas” US\$ 35 milhões para a Specific Media and Timberlake. (*Did it Really Start with Myspace? A Brief History of Social Media - Social Industries | Managed Social Media Advertising*, [s.d.]).

serem sustentáveis, como, por exemplo, promoção de festivais, eventos, acordos para direitos autorais, entre outros. A prescrição musical (que será mais abordada à frente) também se mostrava crucial para refutar a percepção altamente difundida de que não havia mais a necessidade de *intermediários* entre artistas e fãs, ou seja, gravadoras (Qu et al., 2021). Como dizem Bennett e Peterson, o avanço veloz da Internet, a partir da metade da década de 1990, simplificou a democratização da produção musical, sua distribuição e a intensificação da comunicação com os fãs.

*Também possibilitou o compartilhamento de arquivos de música entre músicos e fãs ao redor do mundo. As páginas da Internet permitem que qualquer banda empreendedora divulgue as últimas notícias sobre as próximas aparições e promova suas últimas gravações de produção própria sem ter que assinar com uma grande gravadora* (Bennett & Peterson, 2004, p. 6).

A realidade desmaterializada se dava também nas características dos novos selos com a expansão dos chamados *netlabels*,<sup>120</sup> existentes somente de forma virtual, sem escritórios ou até mesmo lançamentos físicos. Inicialmente “plataformas para distribuição e promoção online de música lançada sob Creative Commons<sup>121</sup> ou licenças semelhantes” (Galuszka, 2012, p. 72), muitas criadas pelos próprios artistas para lançar seus trabalhos. A conjuntura reduziu as “barreiras de entrada na indústria da música”, derrubando custos de distribuição de fonogramas e permitindo a expansão de artistas não pertencentes ao *mainstream* aumentando a oferta musical. (Curien e Moreau como citado em Choi, 2009, p. 12). Novamente, o que parecia um movimento democrático, entende-se apenas por um crescimento exponencial, sem referências, das opções. Estar disponível, alcançável, era mais fácil. Mas como captar a atenção?

Ao mesmo tempo, as majors, que já tinham planos de realizar um novo ciclo de substituição do CD para o arquivos online (Arditi, 2014; 2019), travavam uma guerra “invisível” contra os downloads considerados pela indústria como ilegais (Murphy, 2015; Ogg, 2009) e tentavam desenvolver formas contra a “pirataria”. Enquanto a grande indústria fonográfica era lenta em responder ao cenário (Witt, 2015), gravadoras indie aproveitavam-se da expertise adquirida e dos avanços tecnológicos para buscar oportunidades de negócios e para mostrarem-se ainda relevantes em uma abertura de mercado nunca experimentada.

---

<sup>120</sup> Termo em desuso.

<sup>121</sup> Creative Commons foram licenças criadas em 2001 para a divulgação livre e legal de conteúdos pela internet.

*[N]a época [1991] ninguém na indústria fonográfica fazia ideia do que estava acontecendo. Os executivos da Sony Music, Warner e o todo o resto não sabiam que o mp3 existia, muito menos o fato de não conter proteção contra cópia. Eles também não sabiam que qualquer um poderia colocar um CD em uma unidade gravável em um computador e passar todas as músicas para um formato compactado e fácil de armazenar, gravar o mp3 e distribuí-lo gratuitamente na internet, ou mesmo enviá-lo por e-mail* (Grill como citado em Barracco 2014, p. 3).

Segundo Ardití (2014), a crise propalada pela indústria fonográfica que teria se arrastado do começo do novo século até meados da última década, foi parte de uma narrativa criada para deter o avanço dos downloads livres, considerados ilegais, popularizados com a expansão da internet. A volta da música a um estado desmaterializado, agora na forma digital, seria na verdade uma importante arma das majors para aumentar o oligopólio. Assim, poderiam se focar apenas em artistas que tinham altas margens de retorno, deixando de investir em novos nomes. Mesmo com a real queda nas vendas, o relato de crise das majors nada mais seria do que uma maneira de mudar o conceito que as pessoas tinham sobre a indústria fonográfica. De exploradora de artistas, para vítima dos downloads “piratas” (Arditi, 2014, 2015, 2019). Tratou-se de “uma construção retórica que ajudou a obscurecer a realidade material da indústria fonográfica, posicionando as grandes gravadoras e seus artistas como vítimas do crime generalizado na forma de pirataria” (Arditi, 2014, p. 14).

O grande argumento das majors para basear esta narrativa era o fato que as vendas de CDs, o principal produto, despencaram no início do novo século. Segundo Ardití, os números nada mais mostravam uma típica reação de uma transição do que ele chama de “commodities de mídia” na indústria fonográfica. Esta queda era resultado de uma saturação do “ciclo de substituição” do CD em relação ao vinil e à fita cassete, um movimento natural quando observa-se que, de acordo com Ardití (2014), há geralmente um aumento nas vendas seguido por uma queda quando se trata de novas mídias.. Com as fusões, havia menos material em circulação, logo, menos vendas. Adicionalmente, as principais gravadoras não obtêm lucro por meio de vendas de discos físicos, mas sim com a música e os direitos autorais associados a eles. Era a hora de buscar rentabilidade por meio de outros formatos.

Contudo, de acordo com Ardití, a disseminação generalizada da partilha online de arquivos musicais apresentava “potencial para alterar o equilíbrio de poder dos direitos autorais na indústria musical” (2014, p. 52). Antes, a prática evidenciava um vácuo nas leis que entidades, principalmente as estadunidenses como a *Recording Industry Association of America* (RIAA), que se apressavam para

modificar na forma de uma nova legislação em benefício do *status quo*, ou seja, das grandes gravadoras. Foram criados, por exemplo, o *Digital Performance Right in Sound Recordings Act*<sup>22</sup>, em 1995, ou ainda o *Digital Millenium Copyright Act*<sup>23</sup>, de 1998, medidas surgidas antes mesmo da popularização do mp3, o que mostra que as grandes gravadoras estavam a par de uma nova era na música, só não tinham a noção da velocidade que isso aconteceria e nem que não seria por meio delas. A internet, ou especificamente a música na internet, precisava ser regulamentada para evitar a difusão desenfreada de conteúdo protegido por *copyright*, o que aconteceu em seguida com a popularização de serviços como o Napster.

Arditi ainda afirma que a vitimização das gravadoras no começo do século fez surgir a proliferação de um novo tipo de *management*: o “acordo 360” que envolve a geração de receita para o selo além da música gravada, mas também de performances ao vivo, licenciamento, merchandising entre outros (2014). Desse modo, a indústria fonográfica, para o autor, estaria “numa posição mais forte agora do que estava nos anos 1990” (Arditi, 2014, p. 99). Isto porque, como afirma Passman, a música renderia às grandes gravadoras mais possibilidades de receita pela exploração de direitos autorais, licenciamento e a gestão 360° (2021). No caso das indie, esse tipo de gerenciamento assume outros contornos, ligados aos preceitos do gênero, ou seja, cuidar de todas as tarefas inerente à um artista ou banda, mas com base no afeto e na proximidade.

Em um ambiente de dispersão, o poder de prescrição e mediação musical e cultural tornava-se ainda mais vital para os selos indie. “[G]ostar de música não se reduz à questão da obra, não é simplesmente um caso de se tratar de tal ou tal peça, é algo que passa por uma multidão de mediadores” (Hennion, 2011, p. 265–266). Mediadores<sup>24</sup> são os que, por questões de afeto e capital simbólico, nos informam, nos orientam musicalmente. Assim, gravadoras indie são um farol de descobertas e de inovações musicais. Como afirma Dutton, quando a multiplicidade de canais de comunicação se torna esmagadora, os consumidores podem sentir a necessidade de recorrer novamente aos gatekeepers para filtrar, priorizar e selecionar informações (Kruse 2010, p. 635). Estes servem como “via” de informação para seus nichos.

---

<sup>22</sup> <https://www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-104publ39/pdf/PLAW-104publ39.pdf>. Acessado em 01/07/2022.

<sup>23</sup> <https://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>. Acessado em 01/07/2022.

<sup>24</sup> O que se chama aqui de “prescritores” e mediadores (Hennion, 2011), De Nora (2003) trata como “expert musical”; e Hracs & Jansson (2018) denominam essas figuras de “curadores”.

O ato de prescrever, na literatura médica, significa receitar, indicar remédios. Fora dela pode ser utilizado para descrever quando alguém ou uma marca influencia a aquisição de um serviço ou produto (Gallego Pérez, 2011). Assim sendo, gravadoras indie se mostram como “selos de qualidade”, prescritores a partir das relações de confiança com os fãs. O prescritor faz da música um agente modificador de consciências, importante para atenuar o que Sax chama de “paralisia” frente a opções ilimitadas (2016). Tem, entre outros, o papel de revelar não só a música em si, mas fatos sobre ela. Influencia a forma como ela é ouvida, percebida e trabalhada.

Para Negus (2019), a figura do curador é determinante para que artistas tenham a possibilidade de visibilidade num mercado cada vez mais expandido, competitivo e sem fronteiras. Dado que vários músicos e gravadoras têm agora acesso à internet, segundo Baym, enfrentar a dificuldade de destacar-se e chamar a atenção torna-se mais desafiador do que nunca (Tarassi, 2011, p. 178). Já Bourdieu sugere um conceito de prescrição que soa elitista. Essa “contaminação” se daria somente através do “contato repetido com obras culturais e pessoas cultas”, de uma “alta cultura” (Bourdieu, 2006, p. 65). No entanto, o que se observa é uma relação de afeto e de confiança entre mediador e “mediado” em que um procura fomentar o outro, criando meios sustentáveis para a produção e disseminação musical.

Walzer (2016) corretamente afirma que as tecnologias fizeram da gravação, produção e distribuição musical atividades mais exequíveis nas últimas duas décadas, conferindo poder inédito para músicos e bandas. Hoje, qualquer pessoa pode gravar uma música e compartilhá-la para o mundo. Ainda segundo o autor, essa acessibilidade acabaria com o “romantismo” dos estúdios de gravação, dos produtores e até, como visto, da necessidade de uma gravadora.

*A internet funciona como um recurso praticamente infinito de orientação de produção musical por meio de tutoriais, podcasts e recursos gratuitos encontrados no YouTube e em outros lugares. Visto que a produção musical (em todas as formas relacionadas) não é mais um mistério, essa saturação de informações democratiza as maneiras como os artistas independentes criam sua arte (Walzer, 2016, p. 8).*

É verdade que as facilidades advindas com a evolução das tecnologias de gravação permitiriam que pessoas em qualquer parte do mundo pudessem ser verdadeiros produtores musicais (Bennett & Guerra, 2021). Porém, esta já não é um mistério há décadas, exatamente devido ao surgimento das gravadoras indie, no fim dos anos 1970 e dos 1980 (Hesmondhalgh, 1996; Reynolds, 2005; Simpson, 2017). O que mudou foi exatamente o acesso. Logo, o início da desmistificação do processo de gravação começou bem antes do que Walzer propõe. Ainda, o autor não faz menção à competitividade

cada vez maior entre milhares de bandas que surgem online diariamente buscando a atenção do ouvinte/fã. Por isso, é clara a importância da chancela, da prescrição, da mediação. A produção musical e a distribuição via internet demandam trabalhos de marketing, de exposição, de convencimento como é preciso com qualquer outro produto.

No entanto, o autor não está longe da verdade quando se refere às gravadoras indie como transformadoras de limitações em estratégias de negócios, se modestas, porém, inovadoras. E que seus resultados nem sempre são conhecidos ou seus processos, regulares.

*[O] conceito de “criatividade distribuída” (...) descreve um processo em que grupos de colaboração criam um produto por meio de interação coletiva. Essa interação coletiva inspira uma “emergência coletiva” onde a) o resultado não é explicitamente conhecido, b) as ações individuais são imediatamente determinadas pela ação precedente de outra pessoa, c) cada pessoa forma e dirige a percepção do grupo com base em suas ações, d) o todo o processo é coletivo com cada membro contribuindo igualmente e), o esforço coletivo antecipa a interação fluida, improvisada e imprevisível dos membros do grupo (Walzer, 2016, p. 16).*

A prescrição musical é imprescindível quando nos deparamos com uma oferta musical como a atual. É preciso um norte em relação possibilidades de audição e não nos perdemos no universo de algoritmos e milhares de canções disponibilizadas todos os dias. “Quando você tem os meios de produção mais acessíveis e uma quantidade maior de produtos, aumenta a competição. Hoje, todo mundo tem acesso à prateleira da loja, que é infinita” (Carlos Mills, presidente, ABMI125, como citado em Brêda, 2021).

A partir dos anos 1990, gravadoras indie como Matador Records<sup>126</sup>, Domino<sup>127</sup>, Beggars Banquet<sup>128</sup>, começavam a se organizar e a criar métodos mais organizados e fluidos de trabalho. Isso se vê até com maior necessidade em mercados periféricos e pequenos como Portugal, onde selos como Lovers & Lollypops<sup>129</sup>, Omnichord Records<sup>130</sup> ou Revolve<sup>131</sup> tornaram-se exemplos locais de como o indie se profissionalizou pelo mundo, multiplicando o campo de ações e atuando desde agência de eventos e de carreiras até formadores de novos agentes na música. A usual desvantagem financeira

---

<sup>125</sup> Associação Brasileira de Música Independente. <https://abmi.com.br/>. Acessado em 02/11/ 2021.

<sup>126</sup> <https://www.matadorrecords.com/>. Acessado em 02/11/ 2021.

<sup>127</sup> <https://www.dominomusic.com/>. Acessado em 02/11/ 2021.

<sup>128</sup> <https://www.beggars.com/>. Acessado em 02/11/ 2021.

<sup>129</sup> <https://www.loversandlollypops.net/>. Acessado em 02/11/ 2021.

<sup>130</sup> <http://omnichordrecords.com/pt/>. Acessado em 07/01/2020.

<sup>131</sup> <http://rvlv.net/editora/>. Acessado em 07/01/2020.

em relação às majors é combatida com inovação na produção musical e nos negócios. Isso colaborou para que esses selos pudessem vislumbrar uma existência mais longa e manterem uma oferta vasta e renovável de artistas, posicionando-se não somente como alternativas musicais, mas também de práticas mercadológicas (Hesmondhalgh & Meier, 2018). Segundo Kruse (2010), as novas tecnologias têm desempenhado um papel crucial ao tornar a música local mais acessível a diversos públicos, o que, por sua vez, torna mercados menores possíveis.

Selos indie, além da prescrição para audiências, realçam também a importância que têm ao assumirem papéis que artistas, por diversos motivos, não conseguem ou não tem know-how para desempenhar (Passman, 2021), agindo como gestores de carreiras.

*Algumas bandas precisam dos selos? Algumas não, mas outras sim. Justamente porque não querem se preocupar com o que fazemos. (...) Elas não querem ter que se preocupar em contratar uma distribuidora e ligar para as lojas de discos para ver se os estoques estão em ordem quando estão lançando um disco (Mac McCaughan, Merge Records, como citado em Byrne, 2014, p. 217).*

Ou ainda como diz Passman:

*Mas aqui está o problema: da mesma forma que é fácil para você configurar tudo isso, é fácil para todos configurarem. No momento em que escrevo, existem mais de dez milhões de artistas no SoundCloud e no Facebook, e sabe-se lá quantos no YouTube. Como alguém vai encontrar sua música? (2021, p. 76).*

A internet teria inaugurado uma espécie de “socialismo sem justiça” (Guglielmino, 2014, p. 32), proporcionando maior espaço, embora forçando de algum modo que pequenos selos busquem diferentes níveis de envolvimento com as empresas estabelecidas na indústria musical. Conforme observado por Guglielmino (2014, p. 20–21), as novas empresas no setor musical estão explorando alternativas para se manterem financeiramente viáveis, buscando capacitar-se e expandir gradualmente a atuação no mercado<sup>132</sup>. O que se altera é a compreensão desse mercado por parte das gravadoras indie. Conforme destaca Guerra (2021b), elas já não hesitam em estabelecer relações com grandes empresas.

*Se os independentes optarem por entregar sua música através das grandes gravadoras, isso não dá às majors a propriedade sobre isso. Dizer que as majors*

---

<sup>132</sup> Para lidar com a pulverização musical, gravadoras indie têm investido em novos modelos para fidelizar ouvintes, como por exemplo, a criação de clubes com pagamento de mensalidades e acesso à conteúdos exclusivos (Almeida, 2020; Martinho, 2020; Orr, 2018). O que Portia Sabin, manager do selo Kill Rock Stars<sup>132</sup> chamou de “super fãs” (Orr, 2018).

*possuem 85% do mercado de música é como dizer que a FedEx, o Serviço Postal dos Estados Unidos e a UPS possuem 100% do varejo online! Eles entregam 100% dos produtos de varejo online. Mas eles não são donos* (Richard James Burgess, CEO, A2IM, como citado em “Wintel - WIN,” 2018, p. 33).

Hesmondhalgh (1999) questiona quais seriam as consequências institucionais e político-estéticas dessas práticas mais profissionais<sup>133</sup> no âmago das gravadoras indie. Esses artifícios transformaram a relação da música indie com o mercado e o público, transitando no limiar entre o *ethos* “amador” e a profissionalização, o que poderia, segundo o autor, desfigurar o *ethos* de independência criativa. Logo, é necessário uma reconstituição e até uma redefinição do que a noção de independência pode significar para a atual música popular (Hesmondhalgh & Meier, 2015, p. 12).

*A história do novo indie insere-se perfeitamente em relatos críticos de como os sistemas de produção “flexíveis” do capitalismo contemporâneo, técnicas de marketing sofisticadas e capacidade de personalização atenderam ao desejo do público por diversidade e diferença, mas, ao fazê-lo, também engendraram envolvimento proprietário expandido na produção cultural. (...) Não vimos a remoção dos intermediários da música, mas sim um jogo de dança das cadeiras, no qual surgiram novos porteiros* (Hesmondhalgh & Meier, 2015, p. 11).

Se a indústria fonográfica é considerada a primeira a ter sido vigorosamente impactada pela digitalização e pela internet (Prey et al., 2020), é interessante visualizarmos como tem se comportado a partir dos anos 2010 e diante dos novos desafios impostos pela plataformação. Poell et al. (2019, p. 6) sugerem uma reformulação nas práticas culturais em torno das plataformas, à medida que essas práticas influenciam concomitantemente as dimensões institucionais dessas plataformas. Um processo que, de acordo com Prey et al. (2020), transformou novamente toda a organização da produção musical, da criação até a distribuição, praticamente erradicando a “pirataria” digital.

A transição - ou reordenação - para o profissionalismo se mostraria ainda mais premente com este novo cenário das plataformas digitais de *streaming*. Elas tornariam ainda mais fácil disseminar e ouvir música, fazendo dela mais fragmentada e dispersa. Novamente se via uma produção de singles em detrimento de álbuns, mais fáceis de captar a atenção do ouvinte. Este formato faz com que as *playlists* geradas pelas plataformas ou criadas por usuários sejam a forma mais popular de audição e de rápido retorno observada.

---

<sup>133</sup> Um exemplo da mudança de percepção do indie aconteceu com a vitória da banda canadense Arcade Fire do Grammy – a maior premiação da indústria fonográfica - de “Álbum do Ano” em 2010, com *The Suburbs* (Ernst, 2012). Ao invés de repúdio ou acusações de que a banda teria se vendido, os indie estariam enfim penetrando no espaço que antes era destinado somente ao mainstream. “[A] celebração do surgimento do Arcade Fire pelo Pitchfork é uma ruptura notável na narrativa típica da aversão do indie à popularidade generalizada” (Ernst, 2012, p. 1).

*É importante preparar os lançamentos com tempo. O ideal é que as músicas sejam enviadas para as plataformas três meses antes do lançamento. Nesse tempo, são analisadas por quem gere as playlists, algumas com números elevados de ouvintes e seguidores. Quanto mais playlists com maior número de seguidores, mais audições vai ter a música, o que por sua vez aumenta as receitas e a presença nas plataformas, através dos algoritmos (Vasco Silva, Omnichord Records, em entrevista pessoal em 21/09/2022).*

É preciso ter em mente que o negócio da música, segundo Passmann (2021), não é mais gerido somente em torno de vendas. As *DSPs* revolucionaram o modo como as receitas são obtidas e nestas plataformas se dão por meio da quantidade de *streams* – ou reproduções – das canções. O negócio da música é hoje como um cubo de Rubik, em constante mutação na busca da melhor combinação de peças<sup>134</sup>. Isto obriga aos selos com menor capacidade financeira a estarem constantemente em alerta e um passo a frente do mercado, a todo momento atentos às variações, formatando táticas e estratégias de vanguarda para se manterem sustentáveis. O momento é de incremento do oligopólio das majors, maior concentração de renda e de receitas por parte de um pequeno grupo de empresas. Brigar ou renegar a força das grandes gravadoras como no passado não se mostra mais viável e, em uma realidade em que as plataformas e as majors são intimamente ligadas, é necessária a adequação para o fortalecimento interno e de ações em conjunto com outros selos ou em forma de associações e, assim, conseguirem mais representatividade para negociar.

Segundo Hesmondhalgh & Meier, diante dos novos modelos da indústria musical, tanto grandes corporações quanto empresas independentes estabeleceram parcerias com gigantes da indústria da internet, como Apple e Google (2015). Essas corporações transnacionais ocupam uma posição estratégica para explorar o mercado global de conteúdo de mídia digital por meio de vendas digitais, streaming e negócios publicitários. Dada a abrangência significativa dessas empresas e a intensa competição pelo público musical na atualidade, a escolha de não colaborar com esses gigantes da internet não se configura como uma opção viável para muitas gravadoras independentes e artistas sem contrato. Hesmondhalgh & Meier (2015) observam que os selos independentes enfrentam desvantagens sistemáticas em comparação com as três principais gravadoras da atualidade - Sony Music Entertainment, Universal Music Group e Warner Music Group - ao negociar acordos com essas empresas, que desempenham um papel central na promoção e distribuição digital.

---

<sup>134</sup> Também conhecido como “Cubo Mágico”. <https://rubiks.com>. Acessado em 22/11/2022.

Diante desses desafios, os selos indie têm mostrado resiliência e competitividade, tornando-se mais sustentáveis e longevos. Algo quase que impensável se revirmos a história do gênero (King, 2012b; Reynolds, 2005). De acordo com o Wintel Worldwide Independent Market Report, de 2018<sup>135</sup> (“Wintel - WIN”, 2018), o setor independente<sup>136</sup> tem registrado grande participação nesse “novo” mercado fonográfico (seja com mídias físicas ou o *streaming*) nos últimos anos. A fatia das independentes em relação ao total da indústria chegou a 39,9% em 2017, contra 38,4% visto no ano anterior (“Wintel - WIN”, 2018, p. 9). Ainda, o relatório sugere que 76% dos artistas ligados a gravadoras independentes preferem renovar seus vínculos ao invés de seguir carreira por outros caminhos. Também, a média de vida dos selos do gênero subiu para 14,9 nos últimos anos significando maior estabilidade no setor.

*As indie têm mais cota de mercado do que qualquer uma das majors. Isto é muito importante. Nós passamos os 30% do mercado. Isto quer dizer que todos os indie juntos são maiores do que qualquer major, e conseguimos isto em 2019. Quer dizer que há um caminho para nós no mercado (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2010).*

Além disso, a pesquisa revela maior ordenação interna, catálogos mais diversos, e que, proporcionalmente, o setor independente emprega mais pessoas do que as três grandes majors. Os dados exemplificam a renovação das indie frente à força do *streaming* na cultura musical na última década. De acordo com o relatório da WIN (2018), as empresas independentes apresentam, em média, 13,6 funcionários em tempo integral, 3,2 funcionários em tempo parcial e contam com 97,6 artistas em seu catálogo. A importância dessa última estatística reside no impacto positivo que o streaming está proporcionando às empresas independentes, visto que um catálogo robusto pode resultar em receitas sustentáveis.

Ter a noção de como deixar a música cada vez mais acessível – detectável - para os fãs é indispensável para a sobrevivência no meio. Assim, as gravadoras indie tentam se estabelecer na última década, partindo para iniciativas fora das suas fronteiras. Logo, são vitais novas estratégias de negócios, de divulgação, além da prescrição e fidelização de consumidores em anos plataformizados. O processo de transformação vivido pela música no fim dos anos 1990 e no início do novo século é

---

<sup>135</sup> O último divulgado até o momento da escrita desta tese.

<sup>136</sup> O relatório não faz distinção entre indie e independentes, separação que foi trabalhada no capítulo III..

contínuo e faz com quem está inserido neste mundo precise repensar a todo momento táticas e estratégias sejam músicos, fãs, varejistas e gravadoras, indie ou majors.

Manter-se sustentáveis e ainda expandir-se, negociar com grandes gravadoras e o poder público, seguir com os *ethos* de democratização e de prescrição musical em meio a um ambiente que se revela cada vez mais hostil são alguns dos grandes desafios dos selos indie atualmente. Analisaremos nas próximas páginas como a vertente portuguesa do indie se moldou ao longo das décadas culminando em como vem lidando com a realidade desmaterializada dos tempos atuais, com atividades mais diversas a fim de se manterem ativas e viáveis.

Como em quaisquer outros casos, a história aqui também não é linear e acompanhou os processos de transformação do país, desde uma república recém-saída de uma longa ditadura, até hoje, quando enfrenta questões de expansão, visando o exterior, a gentrificação das grandes cidades e o seu uso por parte de entidades públicas como ferramentas de marketing de territórios. Neste caso, tomando para si muitas vezes o trabalho que seriam do poder públicos, como Câmaras Municipais, não significando, porém, a injeção de recursos ou apoios. Será então traçada uma observação diacrônica dos selos portugueses listados para essa investigação e em como foram lidando com suas realidades ao longo das décadas, passando por crises, novas tecnologias e tendências.

Se em muitos parâmetros houve evolução como a profissionalização, a longevidade, outros que essas iniciativas não têm ingerência como a precariedade e a falta de recursos se mantêm. Num ambiente em que a difusão internacional é vista como saída para expansão de negócios, esta ainda se mostra incipiente, mesmo com a exposição advinda com o Eurosonic, em 2017<sup>137</sup>, reduzindo-se a poucas iniciativas. As quais podemos acrescentar a falta de maior trabalho em conjunto e do privilégio por poucos da atenção – e recursos – de associações e órgãos voltados para a música nacional.

Ainda assim, foram e são parte indissociável da música portuguesa. São indispensáveis na revelação, no incentivo e no fomento de novos nomes, sonoridades diversas, ajudando a colocar o país como um produtor de música moderna e vanguardista. Abriram e abrem espaço para o novo e mostram ao país que existe outras formas de música e de se lidar com ela para além do *mainstream*.

---

<sup>137</sup> Ver capítulo 9.

## 4. GRAVADORAS INDIE PORTUGUESAS

*Afinal que se pede do rock português?  
No mínimo, que seja rock e português  
(Cardoso, 1982, p. 305)*

### 4.1 UMA CRONOLOGIA CRÍTICA

Depois de analisados os processos do indie dentro da história da música gravada, seus métodos de networking, formação de cenas musicais e como lidam com afetos e gostos, e em como sobrevivem em um mundo plataformizado, importa avançar para um olhar sobre o objeto de estudo desta pesquisa. Neste capítulo, contextualizar-se-á os momentos<sup>138</sup> em que surgem os 18 selos indie destacados dentro do recorte proposto e as suas relações com as respectivas conjunturas sociais, culturais e econômicas que Portugal atravessa(va). São pontuações das origens e de características iniciais destes selos que serão exploradas e mais profundamente analisadas, combinadas aos conceitos já observados, mais a frente. Investigou-se até o momento concepções que se colocam no cerne da questão do indie enquanto gênero/movimento cultural que modificou a paisagem da indústria fonográfica em todo o mundo. Concepções que são aplicadas ao gênero em Portugal configurando-as juntamente com referências e características internas que tornam esse modo de fazer música único e “português”.

O *pós-punk* britânico, prioritariamente, foi a influência direta da vaga *underground* da música portuguesa após 1982. Com isso, e espelhados no que acontecia no Reino Unido, houve também um movimento de criação e disseminação de gravadoras de orientação independente por Lisboa e Porto e que se consolidará no fim da década com a expansão para o interior. Nestas cidades fluía o sentimento de valorização da música local, do território, de combinar elementos particulares com as influências estrangeiras e o incentivo ao trabalho coletivo. A consolidação do indie em Portugal “se deveu a fatores fundamentais como a profissionalização do trabalho criativo por parte dos músicos, a democratização da indústria musical promovida pela independência das produtoras” (Guerra, 2010, p. 567).

Ao encontro do que Negus (1999) diz, tem se tornado difícil traçar linhas divisórias entre indies e majors, devido a processos de aproximação, acordos etc. Porém, para o autor, o que somente as difere são as questões de distribuição. Negus ignora princípios éticos, estéticos, as motivações e exatamente as tentativas de gravadoras indie de se profissionalizarem para poder competir com as

---

<sup>138</sup> Para mais detalhes e informações sobre a trajetória diacrônica dos selos ver Guerra & Moura, 2016; Moura, 2017, 2021b, 2021a, 2021c, 2022; Moura et al., 2020.

majors, levando mais diversidade ao grande mercado musical. Mostram-se, ao longo dos anos, dinâmicas nas formas como encaram o mercado, e não parece razoável entender esse tipo de movimento como uma tentativa de agir como uma major, mas potencializar o que possuem de forte para que possa haver, como dito acima, mais pluralidade, mais opções, mais possibilidades de escolhas, que sejam visíveis e não somente as impostas pela grande indústria.

Por isso, seguimos o que diz Hesmondhalgh (1999) que acordos e movimentos de profissionalização não necessariamente se configuram em compromissos estéticos. O que grande parte dos selos indie procuram é se distanciar do romantismo e da precariedade que marcou (esta última ainda marca) o gênero, mostrando ser possível uma vida sustentável, até mesmo carreiras, dentro dela. Neste caso, a contradição pode ser uma prova do que se diz aqui. A maioria dos empregos no setor das gravadoras indie ainda é informal. Pessoas contratadas por períodos limitados, sem vínculos ou contratos assinados, ou mesmo sem remuneração, na base do voluntariado. Profissionalizar e expandir a área de atuação é uma necessidade para maior empregabilidade e estabilidade.

Para isso, torna-se necessária uma contextualização dos selos portugueses nos diferentes períodos temporais e nos diversos espaços em que surgiram ao longo destes 35 anos de recorte. Obviamente, não se pretende encerrar o estudo dos fenômenos indie em Portugal nestas 18 gravadoras, uma vez que elas se espalharam e continuam se espalhando a todo momento pelo país representando os mais distintos gêneros musicais. Afinal, “o investigador de qualquer área deve ter um espírito aberto e que o mundo não se esgota na sua ciência” (A. dos S. Pereira, 2011, p. 49). Almeja-se aqui iniciar um debate mais profundo e, ao mesmo tempo, expandido sobre o papel dos selos indie no país.

São diversas outras gravadoras que poderiam (e deveriam) estar aqui, mas seria impossível uma análise concreta do fenômeno indie se fosse alargada ainda mais a amostra determinada para a pesquisa. Mesmo as 18 aqui registradas pode ser considerado um recorte bastante alongado, mas que se mostrou necessário para que se pudesse abranger as movimentações do indie português nessas quase quatro décadas de atividade retratadas nesta tese de investigação.

Visualizar-se-á como o indie em Portugal foi se moldando aos momentos históricos pelos quais o país e a indústria fonográfica local viviam. Sendo um gênero que convive com a precariedade e tem a necessidade de se reinventar a todo momento por questões de sobrevivência, será jogada uma luz

nesses processos e em como o indie local se portou diante das dificuldades econômicas pelas quais Portugal passou ao longo do recorte proposto.

Obviamente, esta não é e nem deseja ser uma linha do tempo com períodos nitidamente destacados. Como qualquer outra manifestação na história, o indie português se confunde entre as décadas. Influências transpõem os anos, gravadoras que surgem numa década têm seu trabalho sentido somente vários anos depois. Além disso, como o indie é um produto direto de quem cria as gravadoras, um reflexo de gostos pessoais e não de motivos comerciais, esses selos se transformam, juntamente com as mudanças vistas na sociedade portuguesa, ao longo das suas existências.

Dentro dessa exposição diacrônica, pretende-se também dar a conhecer a história desses 18 selos, mesmo que de forma inicial. As motivações, os contextos de onde surgiram, seus conflitos e necessidades que fazem de cada um nesta pesquisa únicos e representantes de uma nova forma de se fazer música. Nota-se também que o mesmo *mainstream* que é “combatido” num primeiro momento, torna-se, em certos casos, “parceiro” em movimentos de mercado para a sobrevivência desses selos. Isto visto desde a Fundação Atlântica e seu envolvimento direto com a Valentim de Carvalho entre 1982 e 1984. O que pode ser considerado à primeira vista como um desvio dos padrões do indie, em Portugal, é justificado pelos entrevistados para esta pesquisa pela falta de investimento estatal, pelo mercado reduzido e pela dificuldade de expansão para além das suas fronteiras. Porém, o mesmo Estado que não dá subsídios faz desses selos um chamariz para os territórios na forma do turismo musical que se vê claramente no verão português - mais especificamente na forma de festivais organizados por esses selos. A ajuda nestes casos, como veremos, aparece primordialmente na cessão de espaços, licenças e financiamento de aparelhagem para esses eventos. Muito pouco ou nada se reverte para os selos enquanto edição discográfica.

Logo, questões de território também são vitais para o entendimento dessas manifestações. Mesmo sendo um país de curta extensão, Portugal revela-se desafiador por ter selos que representam as peculiaridades de cidades que até então não tinham representatividade na música local. Não que as bandas e artistas surgidos nesses selos evoquem algum tipo de “regionalidades”, mas ocupam espaços da cidade e/ou lidam com o pouco que esses lugares têm a oferecer à cultura jovem. Segundo Regev (2013), o *rock*, ou a música feita pela juventude, engloba estéticas que compõem parte da cultura global, influenciando a construção de estilos de música popular locais e nacionais contemporâneos e que permitem a reconfiguração da música de acordo com características regionais.

Esses movimentos na cidade dão origem a manifestações sejam elas musicais ou econômicas. É nas cidades que a música é gerada, experimentações são realizadas, encontros se dão. Locais como Leiria, Guimarães, Lamego, Coimbra que são vistas hoje em Portugal como polos produtores de música e de cultura que passam ao largo do que se ouve no *mainstream* português. Além disso, na última década, dinâmicas para se expandirem para além das fronteiras do país, como forma de expressão e de sobrevivência financeira. São *hubs* de alargamento de propostas musicais tanto em sonoridades diversas quanto produto de exportação.

Tudo isso é feito dentro das lógicas *do-it-yourself* e *do-it-together* - principalmente. Formas originais de administrar um selo são geradas a partir da convivência e da vontade de tornar o seu território e a música feita nele mais reconhecidos. E não só. Torná-lo atrativo para quem produz música e para quem é fã desta música, oferecendo alternativas, em movimentos claros e necessários de descentralização, de lazer e cultura fora do eixo Lisboa-Porto e, mesmo nele, outras possibilidades. Alguns desses selos têm em seus catálogos artistas de outros países, como formas de intercâmbio cultural, para apresentar conceitos novos ao público local e ao mesmo tempo abrir pontes para o exterior.

Para além de todas essas problemáticas levantadas, o principal motor desses selos dentro da música é a democratização da música em Portugal. Tornar o indie mais acessível tanto para quem deseja criar quanto para quem deseja ouvir novos tipos de música (geralmente esses personagens se confundem). Com isso, o horizonte torna-se mais plural e inclusivo, menos determinado pela grande indústria fonográfica. Num ambiente onde as oportunidades são escassas, esse é o grande trabalho a ser feito e o grande mérito destes selos.

Evidente que esses processos apresentados até aqui não se dão sem conflitos, dificuldades e, em muitos casos, encerramentos de atividades. Porém, mesmo nesses momentos, é importante entender o que de fato ocorreu e em como essas “falhas” são motivadoras e influenciam as gerações posteriores. O erro, o hedonismo, a desorganização, entre outros, vistos nos primórdios do indie em Portugal são motores de novas atitudes e novas visões de mercado em prol da longevidade desses selos que surgiram nos últimos 15 ou 10 anos.

Logo, nas próximas páginas esta tese procurará reconstituir a trajetória do indie em Portugal, tendo como fio condutor as 18 gravadoras selecionadas, emblemáticas do fenômeno que aqui se analisa, assim como suas relações temporais e espaciais ao longo de 35 anos. Trata-se de uma

observação inicial de como estes selos surgem, destacando e elucidando seus papéis, preponderantes no desenvolvimento dos processos acima mencionados e imprescindíveis para criação/produção/divulgação de uma nova e desafiadora musical nacional.

#### **4.2. O “BOOM”: DO MAINSTREAM AO SUBTERRÂNEO**

A partir do fim dos anos 1970 e início da década seguinte, o *rock* em Portugal assume carácter mais autoral. Surge o desejo não só de fazer *rock* em Portugal, mas de fazê-lo português. O fato de ser na língua natal, falar da realidade local foi uma maneira marcante de apropriação de uma cultura estrangeira para torna-la portuguesa (Guerra, 2020a, p. 7). A música jovem em Portugal já vinha sendo moldada e se desenvolvendo, ao longo das décadas de 1960 e 1970, com uma lenta, porém gradativa, capacitação de técnicos de som, agentes, estúdios de gravação, programas de rádio e a própria imprensa musical. O processo de modernização pós 25 de abril que afetou inicialmente as principais cidades do país, como Lisboa e Porto, teve um papel determinante no processo, uma vez que ditava e acompanhava as mudanças pelas quais a sociedade portuguesa passava: o aumento da escolaridade, a crescente urbanização, os avanços das tecnologias de informação, entre outros (Miguel, 2018, p. 67).

Com o contexto social e cultural advindo pela Revolução de Abril de 1974 em Portugal, surgiram reivindicações e manifestações por diversos tipos de liberdade - política, religiosa, sexual, cultural e musical. A conjuntura forneceu as bases para um impulso significativo de mudança social, que permitiu a exploração de práticas artísticas, criativas e de lazer. Ao contrário de outros países, sobretudo do mundo anglo-saxão, onde as culturas juvenis emergiram no pós-guerra, Portugal assistiu à emergência de culturas juvenis de estilo na transição dos anos 70 para os anos 80 (Guerra, 2018). “Nos anos 1980, se algo importante não existia, simplesmente criava-se” (Freixo, 2019, p. 127).

A década de 1980 é marcada por “fluxos migratórios, sangria de gentes para fora do país, e do campo para as cidades” (Gonzaga, 2018, p.10) e pelo o processo de adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE), iniciado em 1977, que vai facilitar, entre outros processos, um certo cosmopolitismo e, conseqüentemente, a aquisição de discos e a informação sobre o que acontecia musicalmente fora das fronteiras do país. Além disso, greves, movimentos estudantis mais fortes, davam a sensação de que um novo país estava nascendo, mais escolarizado, após quase 50 anos de regime ditatorial. Nos grandes centros urbanos de Portugal, nomeadamente Lisboa e Porto, surgia um desejo crescente de abertura, de ser “universal”, do lazer e de desafio às convenções

estabelecidas, códigos morais e tradições do país. Isso deu origem a mudanças notáveis na paisagem social (Guerra, 2020a).

*É num pequeno mundo assim que surgem, quase de repente e do nada, um sem-número de bandas formadas em garagens ou até em locais mais improváveis, como - segundo constava, no caso dos Bananas - na sala de catequese de uma igreja (Freixo, 2019, p. 127).*

O movimento punk, já consolidado em Portugal, vai catalisar esse ambiente de ebulição social fazendo com que novas bandas rompessem com a tradição cançãoeira local e quisessem mais espaço no pequeno e restrito mundo pop português. “[H]avia uma atmosfera de grande vibração, de grande exaltação, de que tudo estava por começar ainda” (Carlos Tê como citado em Branco, 2019, p. 198). De acordo com Gonzaga (2018), a movida lisboeta na década de oitenta era concentrada principalmente na Rua da Atalaia, que se tornou o epicentro da nova vida noturna da cidade. A partir de 1981, os locais de encontro incluíam o Pap'Açorda e o Frágil, estabelecimentos inaugurados no início da década e projetados por Manuel Reis. Também eram populares o Bota Alta e a Baiuca, que datavam dos anos 70. Além disso, havia outros locais icônicos no antigo Chiado antes do incêndio de 1988, como a Leitaria Garrett, a Ferrari e a Brasileira com sua esplanada. Da mesma forma que a Rua do Carmo, entoada pela banda UHF, desempenhava uma função crucial nesse cenário de interações e dinamismo social.

*A emergência e consolidação das cenas (pós-)punk em Portugal explica-se em parte pela abertura crescente do país ao exterior, que se materializou na chegada de discos, roupas, revistas e notícias (...) como o Rock Rendez Vous, com sua programação regular de shows de bandas punk e pós-punk internacionais; (...) pela possibilidade de atuação de bandas punk ao vivo ou através de videoclips em programas de televisão; e pela crescente urbanização e emergência de espaços de sociabilidade juvenil nas grandes cidades portuguesas (Guerra & Ripollés, 2021, p. 614).*

Eram tempos de novos artistas revelando-se e descobrindo-se por todo o país. É um Portugal pós-moderno que chegava por meio de jovens que se viam e se expressavam através da música feita à margem das grandes gravadoras e de imposições comerciais. No contexto das culturas juvenis na última década, uma série de características se tornaram cada vez mais proeminentes, incluindo mobilidade, flexibilidade, fluidez, relativização, fusões, imediatismo, imprevisibilidade e instantaneidade (A. Martins & Guerra, 2018, p. 4). Naquele momento, Portugal vivia uma revolução cultural que trouxe mudanças significativas. Muitos artistas portugueses sentiram a necessidade de romper com a cultura dominante e abraçar uma abordagem contemporânea da arte e do papel do artista. O meio cultural daí

resultante foi um terreno fértil para a emergência de uma nova música em português, que durou um período breve, mas altamente produtivo entre 1980 e 1982 (Guerra & Ripollés, 2021, p. 612).

Assim, não seria possível analisar as gravadoras indie, suas origens, os modos como operam e seus impactos na música portuguesa (não só a indie) sem entender a realidade do país, mesmo numa visão macro. O panorama sociopolítico e econômico mostrado aqui foi essencial para o aparecimento destas iniciativas. Estas surgiam - para além da divulgação de projetos musicais - também com a determinação de reverter o quadro de precariedade em que o país geralmente se encontra, com constantes crises financeiras, sendo agentes transformadores dos cenários em que estavam inseridas.

A “primeira fase”, não só do indie português, mas em seus congêneres pelo mundo, confirma o posicionamento de resistência e contraponto ao establishment. Porém, por outro lado, como já mostramos, mesmo em Portugal, há que se evitar o lugar comum da rejeição completa ao *mainstream*. O indie em Portugal se mostrou aberto ao diálogo com grandes empresas, onde havia recursos, desde a Fundação Atlântica, Ama Romanta e outras.

Os anos 1980 marcam a maior emigração de jovens portugueses para universidades europeias<sup>139</sup>. Essa mobilidade se deu numa “assinalável transformação na tipologia laboral, ou seja, o trabalho manual deu lugar a profissões mais ligadas ao esforço intelectual, científico e criativo. Neste período, começou a assistir-se a um crescimento da comunidade intelectual estudantil” (A. Martins & Guerra, 2018, p. 2). Ser português era também poder ser do mundo. Esse fenômeno contribuiu para a propagação do que ocorria na cena musical além das fronteiras de Portugal, principalmente no Reino Unido, pois esses jovens compartilhavam ou enviavam para amigos e familiares revistas, discos, semanários, entre outros. Desse modo, gosto musical de boa parte da juventude portuguesa pós revolução é herdado, mais do que aprendido como visto em diversas culturas não anglo-saxônicas (Araújo, 2016; T. Monteiro, 2013).

Havia o anseio por informação. Desejava-se saber sobre bandas que chegavam via reduzidíssima importação ou pelas mãos destes que moravam no exterior. Com isso, tinham suma importância colunas como as de Miguel Esteves Cardoso, no jornal *Se7e* e na revista *Música & Som*,

---

<sup>139</sup> Em 1970, segundo Araújo, apenas 61 portugueses se formaram doutores em Portugal, inclusive o de portugueses no estrangeiro.

sobre bandas do cenário britânico. O jornalista<sup>140</sup> que residia em Manchester no fim dos anos 1970 e começo dos 1980, não raramente escrevia sobre artistas que sequer tinham discos editados em Portugal, aumentando a curiosidade local pós 25 de Abril. Os ares britânicos, o *punk*, o *pós-punk* emergente e inovador e, principalmente, a amizade com Tony Wilson, da gravadora Factory, de Manchester, incentivaram Cardoso, na sua volta a Portugal, a criar, juntamente com Pedro Ayres Magalhães, Ricardo Camacho e outros, em 1982 a Fundação Atlântica, o primeiro selo indie português, como será visto a frente.

Até então, na indústria musical portuguesa, um número limitado de gravadoras demonstrava vontade de investir em géneros modernos. Em vez disso, eram mais cautelosos e promoviam géneros mais convencionais, como o fado, o folclore e música popular em geral. Elas mantinham uma atitude de desdém face aos novos grupos musicais portugueses emergentes, considerando-os desprovidos de potencial de vendas ou de qualidade (Guerra, 2020a).

A Fundação Atlântica nasce em um Portugal, no começo dos anos 1980 complexo e contraditório. Um país de realidades conflitantes. O desejo de se reafirmar português e o patriotismo que se confundia com um nacionalismo saudosista e uma vanguarda que se via livre e com possibilidades recém surgidas. O hedonismo, a noite, o consumo se resignificavam e se chocavam com o conservadorismo de se “manter português”.

A modernização no país se dava com a massificação dos consumos culturais europeus, na absorção do que se podia do cosmopolitismo de capitais como Paris, Londres ou Madrid - que vivia uma Movidá determinante para mudanças culturais na Espanha (Fouce & Val, 2012; Guerra & Ripollés, 2021). Portugal também queria ser sofisticado. “Era grato” aos cancioneiros, a Zeca Afonso, mas queria se libertar de conceitos que eram tipicamente atribuídos aos portugueses. Queriam uma nova cultura, própria, moderna (Guerra, 2019c). A essa realidade somavam-se processos fundamentais como a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia (CEE) que gerou um crescimento económico inédito no país (Araújo, 2016), a chegada das televisões privadas no começo dos anos 1990, como a SIC e a TVI levando aos lares portugueses mais pluralidade, marcando a entrada cada vez mais frequente do privado no público. Alargamento que se vê sem precedentes com a popularização da internet anos depois. Além disso, a sexualidade, tão reprimida em regimes

---

<sup>140</sup> Paradoxalmente, MEC, como é conhecido, seria candidato ao parlamento em 1987 pelo Partido Monárquico (PPM), de “forte viés antieuropeísta” e fundaria dois anos depois o jornal O Independente (Araújo, 2016, p. 27)

autoritários, se expande tornando-se uma das expressões identitárias juvenis, tendo na figura andrógina do cantor e barbeiro António Variações um dos expoentes máximos.

O chamado “boom” do *rock* português no início da década de 1980 é decorrente dessas transformações. Deu-se em Portugal um desenvolvimento acelerado de editoras, órgãos de comunicação social, produtos (discos, cassetes, revistas, jornais, posters) e agentes sociais (músicos, produtores, jornalistas, críticos, radialistas, *disc jockeys*, lojistas...), com diversas especificidades. A sociedade portuguesa pós-revolução começa a se organizar em elites, em castas, *status* e classes numa revalorização do capital social. O consumo cresce, não é mais “imposto” pelo regime, ganha significados. O português almeja ser europeu, se conectar com o que o resto do continente produz enquanto cultura pop.

Neste processo é preciso destacar o papel da Valentim de Carvalho – uma major - que foi determinante para o aparecimento de diversas bandas, fomentando o “boom” do *rock* local e que também teria um importante papel para o surgimento da primeira leva de bandas e gravadoras indie em Portugal. Um dos momentos chave para tal foi o conflito entre “a direção do Sindicato dos Músicos e as editoras fonográficas” (Andrade, 2023, p.167), que culminou na greve de profissionais do mercado fonográfico e dos músicos de estúdio em 1980 que durou cerca de seis meses deixando estúdios vazios (Gonzaga, 2018).

*[O] crescente boicote às gravações de estúdio e a criação de vagas horárias motivam as diversas editoras - em particular a Valentim de Carvalho - a investir em músicos que Tozé Brito qualifica como “de segunda linha”. Esta “segunda linha”, constituída por músicos ligados a vários domínios da música popular, entre eles o rock, muitos deles não sindicalizados (Andrade, 2023, p. 169).*

Com isso, nomes usuais da música local ficaram impossibilitados de gravar, ao mesmo tempo, as salas de gravação ficavam com bastante tempo ocioso (e dispendioso). Além disso, como diz Gonzaga (2018), a produção dos artistas de antes do 25 de Abril, ou seja, mais “panfletária” também havia perdido considerável parte de seu apelo e vigor. (p. 192).

Assim, surgiu a ideia de abrir espaço para novos nomes que irrompiam pelo país. O sucesso da canção Chico Fininho, de Rui Veloso, em 1979, abriu caminho para uma “nova” expressão musical, encontrando não apenas receptividade por parte do público, mas também uma pertinente presença nas emissoras radiofônicas que necessitavam de conteúdo num momento de crise com a greve acima mencionada (Gonzaga (2018).

*Aproveitamos o fato de os estúdios estarem vazios, trouxemos os nossos amigos e começamos a gravar. E as coisas que saíram desse estúdio deram estouros brutais, foram sucessos. O boom do rock português acontece por causa disto. Portanto nós gravamos Rui Veloso, gravamos o UHF, gravamos GNR, gravamos todos esses artistas que protagonizaram esse movimento, que muitos ainda cá estão, como superestrelas. Portanto, nós arrancamos em [19]80. (Francisco Vasconcelos, manager, em entrevista pessoal, 22/02/2022).*

O meio musical era aquecido também pelo barateamento de instrumentos, pelo aparecimento de meios alternativos de divulgação como fanzines e publicações como Música & Som, Musicalíssimo, Rock Week, programas em rádios livres, pela abertura de espaços como discotecas<sup>141</sup>, entre outros, “espaços precursores de uma certa *folie* lisboeta, verdadeiros ex-libris de uma cultura alternativa, urbana” (Gonzaga, 2018, p. 123, grifos meus). Ainda segundo Gonzaga:

*Foram os tempos loucos, e o sucesso imenso da primeira discoteca onde todos os públicos se misturam. marca as noites e a movida lisboeta. Artistas de várias áreas, intelectuais, músicos, jornalistas, gente da moda portuguesa convergem para o espaço singular onde se ouve a melhor música que o mundo produz (2018, 121).*

Além disso, o lançamento dos primeiros videoclipes de bandas portuguesas também ajudaram na popularização do *rock* em Portugal (Guerra, 2010, p. 222). A partir de *Ar de Rock*, disco de estreia de Rui Veloso<sup>142</sup>, em 1980, o *rock* se torna uma commodity em Portugal, chegando a vender mais de 30 mil unidades na época, chegando ao Disco de Ouro (Andrade, 2023). Baltazar (1986) descreve que, na época, os músicos tornaram-se foco dos meios de comunicação, as editoras constituíam catálogos e os discos alcançavam vendas expressivas, atingindo marcas de reconhecimento como as de prata e ouro.

Programas de rádio (fossem em emissoras comerciais ou livres) como Som da Frente; Rolls Rock; Louras, Ruivas e Morenas (sobre mulheres no *rock*) de António Sérgio<sup>143</sup>, ou *Rock em Stock*, de Luís Filipe Barros, aumentavam ainda mais o desejo pelo moderno e a procura pelas novidades.

---

<sup>141</sup> Uma das mais emblemáticas das discotecas dessa movida lisboeta era a Trumps localizada na Rua da Imprensa Nacional, voltada para o público gay, mas que, de acordo com Gonzaga (2018), era um ponto onde as novidades musicais chegavam antes. “O Trumps era incontornável, por ser «talvez» o único lugar onde se podia ouvir a música do tempo. Tinha um disc jockey, o João Vaz, que passava Stranglers, Clash, Devo, Blondie, Elvis Costello, Sex Pistols, Imagination, o punk todo, OMD, Ultravox, Talking Heads. Havia uma revolução musical do mundo inteiro, mas nada disto passava sequer na rádio” (Gonzaga, 2018, p. 122).

<sup>142</sup> Não se pode deixar de assinalar que Rui Veloso compunha inicialmente em inglês, sendo convencido pela língua mãe após conversas com executivos da Valentim de Carvalho, sua posterior gravadora.

<sup>143</sup> Que também teria atividades como manager de gravadoras como, por exemplo, a Rotações.

Em 1984, surgia o semanário Blitz, ainda que muito ligado às movimentações na capital e mesmo não sendo a primeira publicação estritamente musical do país<sup>144</sup>, mostrou-se determinante para a divulgação e popularização da nova música que despontava. Este panorama influenciava novos gostos e um desejo pela expansão do que acontecia na música no país e começava a se expandir para além da capital pelo desejo de também de transformar localidades em polos produtores (Guerra & Bennett, 2015).

Thompson postula que a

*apropriação de produtos mediáticos é sempre um fenómeno localizado, no sentido de que envolve indivíduos específicos situados em contextos sócio-históricos particulares e que aproveitam os recursos disponíveis para dar sentido às mensagens dos meios e incorporá-las em suas vidas. E as mensagens são muitas vezes transformadas no processo de apropriação à medida que os indivíduos as adaptam aos contextos da vida quotidiana.* (Thompson, 1995, como citado em Bennett, 2005, p. 59).

Este período entre 1980 e 1982 é determinante para o surgimento do indie nacional. Jovens por todo o país começam a montar projetos musicais ou entrar para o mundo da música, influenciados por bandas como UHF, Xutos e Pontapés, Taxi e Heróis do Mar. O *rock* era então considerado pela indústria local como rentável (Amaro et al., 2017; Guerra, 2010). Tal cenário provocou um abalo cultural, que não só mexeu com as estruturas do que acontecia a *olhos vistos*, como também nos *subterrâneos* da música portuguesa. Um conjunto de novas bandas, que buscavam linguagens diferentes das produzidas pelo *mainstream*, espalhavam-se pelo país, “cruzando referências culturais mais intelectuais, com plásticas assumidamente pop, sem preconceitos e genuína vontade de fazer diferente, em sincronia com as novas sonoridades que chegavam lá de fora” (Amaro et al., 2017, p. 129). Essa geração não apenas demonstrava afinidade com as últimas propostas da arte internacional, mas também buscava estabelecer condições que possibilitassem sua inserção (ou a criação) em circuitos artísticos (Gonzaga, 2018).

Todavia, a saturação do mercado fonográfico sentida na segunda metade de 1982, consequência da crise financeira da época, força a indústria musical a se retrair e a investir em artistas de retorno certo. O ano representava o fim da primeira grande fase do *rock* local. A recessão fazia com que as gravadoras diminuíssem drasticamente o espaço de antes para músicos emergentes.

---

<sup>144</sup> Já existiam no país publicações voltadas para a música como *Rock Week*, *Musicalíssimo*, *Música e Som*, entre outras, porém sem tanta força entre a parcela jovem do país.

“[N]a opinião de Lena d'Água, “o *rock* português (...) acabou no ano passado” após a “explosão criada pelas editoras” (Teles, 1982, p. 36). Era uma altura, segundo Gonzaga, que “se preparavam os serviços fúnebres do rock português: Na Primavera de 82, a bebedeira já dera em ressaca” (Gonzaga, 2018, p. 224). As vendas do setor estagnavam-se. Além disso, a crise econômica fez com que os custos de gravação e de edição também aumentassem.

O sucesso do *rock* cantado em português fez surgir uma série de bandas e artistas criados pelas grandes gravadoras que inchou o mercado provocando desinteresse do público. O “movimento mais importante nascido em Portugal, depois dos baladeiros” perdia fôlego e era visto como um modismo passageiro (António Manuel Ribeiro, músico, UHF, como citado em P. Duarte, 1982, p. 13). Mesmos os nomes mais populares do gênero como Taxi ou Heróis do Mar tinham dificuldades em manter as vendas. A economia do país ia mal, levando o governo da época a um segundo resgate financeiro ao Fundo Monetário Internacional (FMI) em 1983<sup>145</sup>. Assim, “A indústria discográfica sentiu necessidade de racionar meios. Sem grande alarido, foi-se fechando a porta à enxurrada de edições *rock* com o único critério de saturar um mercado favorável” (Branco, 2019, p. 253).

Porém, o processo de consolidação da música entre o público juvenil se mostraria irreversível com a “semente da música eléctrica portuguesa e a indústria moderna do disco (...) definitivamente, lançadas” (Cadete como citado em Guerra, 2010, p. 250). Algo estava acontecendo nos subterrâneos do mercado português e que “talvez aconteça alguma coisa em breve que possivelmente não terá nada que ver com o que até aqui se passou” (António Manuel Duarte, manager, Valentim de Carvalho, como citado em Costa, 1982, p. 12). Naquele ano, músicos começavam a se organizar na forma de cooperativas a fim de poder fazer escoar a produção musical que não era absorvida e distribuída pelas majors. Alguns, como Paco Bandeira, chegavam a gravar, produzir, editar os próprios discos (Costa, 1982, p. 13), mas esbarravam no grande problema da distribuição. Mas a ideia estava no ar. Havia uma nova geração pronta e o mercado, por sua vez, preocupava-se somente com o que poderia dar retorno como a música popular de Carlos Paredes, José Afonso, Sérgio Godinho e outros. Ou seja, a música feita para os “jovens” precisava de novos meios e tinha necessidades próprias, distintas dos grandes nomes da música local. Havia um nicho ainda não explorado, com inúmeros consumidores em busca de algo que pudesse imediatamente gerar identificação (Branco, 2019).

---

<sup>145</sup> Em 1983, o Governo português, liderado por Mário Soares, solicitou ao Fundo Monetário Internacional (FMI) um segundo resgate face ao cenário económico português.

Nesse panorama, o Rock Rendez-Vous, inaugurado em 1984 (e que existiu até 1990) significava um *oásis* contra a narrativa de que o *rock* português vivia uma entressafra, um período de estagnação, com uma programação repleta de novos nomes. Na história da música, queda de vendas nunca significou crise na qualidade e na criação, que continuava a efervescer nos subterrâneos da música portuguesa. A criatividade se expandia em tempos de dificuldades. E os espaços como o próprio Rock Rendez-Vous e Rock House, ambos em Lisboa (e mais tarde o Johnny Guitar, também na capital), eram onde a demanda não aproveitada pelos grandes selos portugueses podia se mostrar e se expor.

*Em Lisboa, destacou-se sobretudo a “mítica” sala de concertos Rock Rendez Vous, mas também bares e clubes como a Teia, o Gingão, As Couves ou o Bar Oceano. No Porto, os principais bares ligados às sonoridades punk e pós-punk neste período foram o Luís Armatrondo, na Ribeira, e o Lá Lá Lá, no Centro Comercial Dallas. Ao mesmo tempo foram sendo pontualmente ocupados, de uma forma mais ou menos improvisada, espaços disponíveis noutros locais como o Solar da Cruz Vermelha Portuguesa no Porto, os Armazéns Frigoríficos de Massarelos, ou os pavilhões desportivos e multiusos do Clube Académico, do Clube Infante de Sagres ou da Escola Artística Soares dos Reis, entre outros -, onde se realizaram na cidade do Porto alguns dos primeiros concertos e performances punk, hardcore e pós-punk, entre outras sonoridades “marginais” ao rock mais mainstream (Guerra & Quintela, 2019, p. 150).*

Ainda, no Porto, nasciam, entre 1984 e 1985, dois espaços fundamentais para o desenvolvimento da música no Porto (e no país): o Anikibóbó e logo depois o Meia-Cave, ambos localizados na região da Ribeira do Porto (Guerra, 2010). Affreixo (2019) destaca que esses estabelecimentos teriam um impacto significativo na configuração da vida noturna da cidade até seu fechamento, ocorrido nos anos 2000.

Assim, era necessário alternativas para absorver aquela produção musical alternativa, uma vez que as dificuldades para editar um disco por conta própria eram inúmeras<sup>146</sup>, “implicava dinheiro e infraestruturas de mais difícil acesso. Daí a necessidade de fazer uma editora *independente*” (Nuno Galopim, 2006, citado em Guerra, 2010, p. 284, grifo meu). Era preciso investir tempo e criatividade para criar e promover um mercado independente e inovador à margem da indústria musical. Neste contexto, aparecem as primeiras gravadoras indie nacionais que, ao abrirem espaço para uma nova música, tratava-se também de tentativas de modernização após um longo período de obscuridade

---

<sup>146</sup> A banda lisboeta Croix-Sainte chegou – a exemplo do Buzzcocks – a criar um selo, a Alliance Records, para lançar o disco *The Life of He*, de 1985. Retirado de <https://www.discogs.com/artist/190588-Croix-Sainte>

trazido pela ditadura salazarista. Iniciativas de projeção internacional distanciadas dos estereótipos enraizados durante o Estado Novo, buscando forjar identidades que indicassem a prontidão do país para ingressar em uma era (pós)moderna.

*[S]e estivéssemos dependentes só daquilo que surgiu via multinacional não havia uma história para contar. (...) Há uma história muito interessante que nos foi dada ao longo dos anos e muito a partir dos anos 80 que é quando aparece esse fenómeno, o crescimento da edição independente em Portugal. (...) Por aparecer na altura certa e por ter uma espécie de um critério, uma direção artística que era extremamente libertária. (Henrique Amaro como citado em Morais, 2011).*

A década de 1980 e a seguinte ainda seriam marcadas por períodos de “entressafra” na produção musical indie em Portugal. Momentos de alta agitação intercalavam-se com outros de total inércia. Um dos motivos principais para esse fenômeno era a constante instabilidade financeira do país. A organização que se veria a partir dos anos 2000 ainda engatinhava entre os selos indie locais no que contribuía para a pouca longevidade deles até então.

#### 4.3. AS PRIMEIRAS MOVIMENTAÇÕES DO INDIE PORTUGUÊS



**Figura 7** - Logos dos seguintes selos indie portugueses (da esquerda para a direita): Fundação Atlântica, Ama Romanta, Dansa do Som e Facadas na Noite. Fontes: <https://tinyurl.com/bdh96hm3>, <https://www.discogs.com/label/21400-Dansa-Do-Som>, <https://www.discogs.com/label/21399-Ama-Romanta>, e <https://www.discogs.com/label/119340-Facadas-Na-Noite>

Em meio a essa efervescência do meio *underground*, em 1982 surgia a Fundação Atlântica, que tinha entre seus mentores o colunista do Jornal *Se7e*, Miguel Esteves Cardoso (sociólogo e jornalista), além de Pedro Ayres Magalhães (músico dos Heróis do Mar), Francisco de Vasconcelos (da Valentim de Carvalho) Pedro Bidarra e Francisco Sande e Castro. Considerada “grande inovação [em um] tempo crítico” (Branco, 2019, p. 263), a Fundação Atlântica surge inspirada por congêneres inglesas, em particular a Factory, de Manchester, com a qual Miguel Esteves Cardoso mantinha laços

durante sua estadia na Inglaterra (S/A, 2010, p. 535). Andrade (2023) destaca que a criação da Fundação indicaria, de maneira evidente, a necessidade de se afastar do cenário geral do “rock português” entre 1981 e 1982, em um período de declínio comercial notório de seus principais artistas. Isso, por sua vez, impulsionaria uma reconfiguração das estratégias editoriais em relação aos estilos do rock.

O selo tinha acordos de distribuição, numa prática que seria amplamente adotada por congêneres ao longo dos anos, com a Valentim de Carvalho na distribuição e cessão de estúdios. A Fundação Atlântica foi responsável pelo lançamento de artistas como Sétima Legião (Miguel Esteves Cardoso inclusive é o letrista de um dos maiores sucessos do grupo, Glória), Xutos & Pontapés, Delfins, além de editar em Portugal álbuns de bandas estrangeiras como o Durutti Column (Amigos em Portugal, de 1983).

*O único artista desse boom que vem a seguir - embora estivesse ligado a coisas anteriores -, que não estava na Valentim, era o Heróis do Mar, que eu adorava. Faltavam-me eles (...). E eu queria mesmo muito ter o Pedro Ayres a trabalhar do nosso lado. Eu tinha uma ligação boa com o Miguel Esteves Cardoso, que era sócio do Pedro Ayres na Fundação Atlântica. Então o que é que eu fiz? Eu os forneci o estúdio e financiava a operação toda. (Francisco Vasconcelos, manager, em entrevista pessoal, 22/02/2022).*

Devido a uma série de (más) decisões de gestão tomadas com base no amadorismo levaram o selo a fechar as portas apenas dois anos depois em meio a dívidas. Além disso, uma cláusula no contrato entre a Fundação Atlântica e a Valentim de Carvalho, fez com que catálogo da gravadora fosse absorvido pela major. Porém, foi fundamental para a solidificação, a expansão da música Indie nacional e para as experimentações musicais/fonográficas que se seguiriam.

No mesmo ano em que a Fundação Atlântica encerrava as atividades, em 1984, surgia a Dansa do Som. Com a gênese ligada aos Concursos de Música Moderna que aconteciam no *Rock Rendez-Vous*, principal sala de espetáculos de Lisboa, nos anos 1980 - ambos têm a assinatura de Mário Guia, antigo baterista de bandas dos anos 1960 e 1970 como Ekos e Objectivo. Tinham como propósito proporcionar a experiência da edição e da prática musical e disseminar os nomes mais expoentes de cada disputa aproveitando-se da atenção que os concursos recebiam na imprensa da época (S/A, 2010, p. 1128). Os concursos colaboraram para solidificar o português como “língua oficial” das bandas da época, item obrigatório para a participação. Anos mais tarde, a Dansa do Som foi considerada pela Secretaria de Estado da Cultura do Governo Português “como de inegável

interesse cultural” para o país<sup>147</sup> e encerrou atividades em 1990, marcando também o fim dos Concursos de Música Moderna.

O circuito independente começava a se formar para fora das portas do *Rock Rendez-Vous*, incentivado pelas possibilidades abertas pela *Dansa do Som*, sendo essencial para que a música independente ganhasse fôlego após o fim da Fundação Atlântica. Guerra (2010) destaca que essas iniciativas propiciam o surgimento de novos conceitos musicais de caráter experimental e underground, ao mesmo tempo enfatizando a relevância do investimento em estruturas de alcance intermediário. Os concursos e a gravadora proporcionavam os primeiros passos para bandas de várias localidades do país, algumas em atividade até o dias atuais como o Mão Morta e o Xutos e Pontapés. A *Dansa do Som* ainda possuía uma loja de mesmo nome Avenida Ressano Garcia, em Lisboa.

Em 1986, João Peste, sociólogo, vocalista da banda Pop D’ell Arte, fundava no bairro de Campo de Ourique, em Lisboa, a Ama Romanta. Com ela, pretendia que o selo fosse “uma plataforma para a música moderna portuguesa, surgindo daí um movimento que ficou conhecido como a Geração Ama Romanta” (Guerra, 2010, p. 284). O mote da gravadora era promover a mescla e experimentações musicais sem qualquer indicação estética, calcadas na autonomia, como forma de resistência ao mainstream. João Peste representava, na época, uma parcela da população, ainda pequena, porém ativa, de jovens escolarizados “permeável à cultura de massas”, urbana, crítica e com o desejo de criar identidades próprias (Guerra, 2015c, p. 7). Enquanto a Fundação Atlântica abriu as portas a um novo formato musical, a Ama Romanta é emblemática na sedimentação da música indie em Portugal. O primeiro lançamento da gravadora, a coletânea *Divergências*, em 1986<sup>148</sup>, é considerado um dos marcos da independência no país por reunir artistas de diversas vertentes musicais, expandindo os horizontes musicais para além do pop-*rock*, como o jazz, a música experimental e eletrônica. Não havendo um “fim oficial” da gravadora, o dissipar da Ama Romanta, por volta de 1991 é tratado por alguns autores como o fim da primeira fase do *underground* português (Guerra, 2010).

*[A] partir de 1986, assistiu-se à emergência e progressiva sedimentação do subcampo do rock alternativo, o que passou pela criação de segmentos e nichos específicos de público, pela emergência de produtores e criadores especializados, pela sedimentação*

---

<sup>147</sup> <https://www.sinfonias.org/mais/musica-portuguesa-anos-80/topicos/editores/1019-dansa-do-som>. Acessado em 22/12/2022.

<sup>148</sup> <https://www.discogs.com/release/263674-Various-Diverg%C3%Aancias>

*de instâncias de consagração e de legitimação e, mais importante, pelo facto de existir, a partir desta altura, um corpus de obras implícita ou explicitamente dirigido ao campo e refletindo a sua história* (Guerra, 2010, p. 1301).

Em uma Braga que se descobria polo musical e efervescente após os destaques das bandas locais Rongwrong e Mão Morta nos Concursos de Música Moderna<sup>149</sup>, em Lisboa, surge, em 1988, a Facadas na Noite, pelas mãos de Jorge Pereira. Diferentemente do que se havia percebido até então, o selo era pioneiro no lançamento em Portugal de bandas estrangeiras independentes (como Los Humillados) e de outras nacionais de fora de Braga (Jardim Enforcado) de viés eletrônico/experimental e encerrou as atividades em 1991 (Quintela & Vinhas, 2015, p. 2).

A Facadas na Noite tem sua gênese diretamente ao programa que levava o nome do futuro selo na Rádio Clube do Minho (que depois migrou para a Rádio Universitária do Minho), uma rádio livre. Por abrir espaço para um tipo de música até então pouquíssimo difundido, Jorge começou a receber demos tapes de diversas bandas de vários países da Europa surgindo assim a ideia de montar um selo que pudesse aumentar a visibilidades destes projetos apresentando-os em Portugal. Editando apenas em cassete<sup>150</sup>, a Facadas na Noite se notabilizou também pela qualidade artística dos encartes. Assim, se não atingiu grande número de seguidores, a influência da Facadas da Noite é inestimável para a música indie portuguesa por abrir as portas para novas estéticas sonoras e gráficas.

*[F]oi um bocado como a história dos Sex Pistols de que quem foi a um concerto deles acabou por criar uma banda, grande parte dos compradores de edições da FNN criaram a seguir uma editora. (...) [P]ara um certo segmento de pessoas foi importante pois motivou-as a fazer algo. (...) Estamos a falar de edições reduzidas que em grande parte até eram exportadas. Julgo que o fato do pioneirismo e de ter dado origem a uma série de editoras sucedâneas - algumas das quais autênticos clones pois até as mesmas bandas editaram. (...) Houve bandas que mais tarde tiveram algum destaque: Suicide Commando e Vomito Negro da Bélgica. Das portuguesas, para além das incontornáveis HIST e L'Ego, que sempre foram muito subestimadas e/ou mesmo desconhecidas, tive o prazer de editar alguns projetos efémeros, mas por onde passaram músicos importantes que na altura estavam a iniciar as suas lides* (Jorge Pereira como citado em (Quintela & Vinhas, 2015, p. 3).

---

<sup>149</sup>Respectivamente vencedor geral e vencedor do prêmio de originalidade em 1986.

<sup>150</sup> Somente uma edição do selo foi feita em vinil, o LP Tormenta Sobre La Piel / A Casa Em Frente / Ultimatum / His Nightmare que trazia as bandas Los Humillados, Rua Do Gin, The Barbie Lovers, Hist, de 1990, em conjunto com a gravadora espanhola Grabaciones Góticas.

#### 4.4. FRONTEIRAS EXPANDIDAS

Se até então a música indie portuguesa eram influenciadas na sua maioria pelo *pós-punk* britânico, a partir dos anos 1990, as referências alargavam-se e o gênero espalhava-se pelo país. A música estadunidense, em especial bandas do *grunge* de Seattle e outras como o Sonic Youth, tornam-se grandes referências estéticas tanto para grupos como para novos selos. Guerra (2010) assinala que a partir da década de 1990, a indústria cultural em Portugal passou por um processo de fortalecimento envolvendo diversos intervenientes e suas estratégias. Enquanto conglomerados multinacionais se estabeleceram no país, simultaneamente, observou-se o surgimento de gravadoras indie.

O início da década foi marcado pela “estabilidade política e financeira, de “vacas gordas”, beneficiado por forte investimento exterior” (Branco, 2019, p. 270). O movimento imigratório crescia, principalmente das ex-colônias, aumentando a diversidade que se refletiria na música feita no país pelas próximas décadas. Além, aumentava a participação das mulheres e de jovens nas esferas públicas (Guerra, 2010, 2013). A modernidade chegava à mais casas com a ampliação do número de veículos de comunicação e de entretenimento.

*A implantação do primeiro canal privado de televisão português - a SIC - em 1992, e de seu principal concorrente, TVI, no ano seguinte, bem como o processo de “modernização” da cidade de Lisboa, que culmina com a realização da Expo98, e progressivamente redefine a imagem de todo o país junto à comunidade internacional, a ponto de Portugal se tornar, talvez pela primeira vez em sua história, um território receptor de fluxos migratórios, quando sempre se caracterizou como discutível polo emissor (T. Monteiro, 2013, p. 179).*

O período é marcado pelo fechamento do *Rock Rendez-vous*, em 1990, e a subsequente abertura de um outro clube no mesmo ano, o Johnny Guitar<sup>151</sup>, também em Lisboa, que garantia às novas bandas um palco de relevância. Foi a década da chegada das megastores, dos grandes shows e de um novo fôlego no mercado fonográfico no país (Branco, 2019). A rádio continuava como forte veículo para as novas bandas que surgiam dia após dia, com programas como Quartas do Som, de Nuno Galopim (Antena 1) e Geração de 90, de Paulino Coelho e Teresa Lage (RFM). “A rádio nacional como escape disponível para a expressão musical anônima ou independente, reforçada ainda pela decisiva presença de comunicadores locais e rádio “piratas”” (Branco, 2019, p. 274).

---

<sup>151</sup> Encerrado em 1996.

A recuperação da economia, a legalização das rádios livres, o fim do monopólio estatal da televisão (incluindo o advento da televisão por cabo em 1995), o início da popularização da internet entre outros, foram fatores chave que contribuíram para o desenvolvimento e divulgação da cultura jovem na Portugal e na expansão do mercado fonográfico local (Neves, 1999). Além disso, a Expo 98 e a criação do primeiro canal de televisão independente em Portugal, a SIC, em outubro de 1992 (a MTV Portugal só chegaria em 2003<sup>152</sup>), são ilustrativos de momentos de viragem que influenciaram o crescimento das atividades culturais e criativas, em particular as associadas à música indústria, como eventos e festivais de grande escala. A década de 1990 marcou o início de um período de crescimento econômico e social em Portugal, sobretudo através do acesso a importantes financiamentos europeus, que permitiram ao país começar a recuperar um terreno perdido. (Guerra, 2018).

Ademais, houve uma emergência de profissionais do setor musical (produtores, técnicos de som), o incremento de publicações especializadas, o aumento e/ou realocação de lojas especializadas para centros comerciais, da venda de discos em supermercados e uma maior presença das multinacionais da música em solo português<sup>153</sup> (Neves, 1999, p. 173).

*[A década] foi um período de desenvolvimento económico e social. Através do acesso a importantes fundos europeus, Portugal pôde começar a recuperar o terreno perdido. (...) [E] que influenci[ou] o desenvolvimento de atividades culturais e criativas – nomeadamente as ligadas à música indústria, como grandes eventos e festivais. (Guerra, 2018, p. 4).*

O que acontecia nos anos 1980 de certo modo se ampliava na década seguinte: a apropriação de sonoridades estrangeiras com reconfigurações locais, que resultavam na expansão de cenas musicais, pequenas, porém, ativas, pelo país e que estabelecem diálogos não só com a capital, mas entre si, criando redes e conexões, ampliando contatos e reescrevendo o mapa cultural local. Segundo Guerra (2010), anos 1990 houve um aumento nas iniciativas autárquicas, resultando no financiamento de concertos no cenário do pop rock, fazendo da década um ponto de virada e de superação de um sentimento de isolamento de Portugal.

A apropriação do inglês como língua “possível” e do *noise* se dá a olhos vistos com a explosão do *grunge* e da Cena de Seattle – e das suas influências – no começo da década: bandas como

---

<sup>152</sup> Substituindo a MTV Europe.

<sup>153</sup> Warner Bros., Sony, BMG, Polygram e EMI (que rompera ligações com a Valentim de Carvalho), além da MCA.

Nirvana, Pixies e Sonic Youth. “O concerto do Sonic Youth, no Campo Pequeno<sup>154</sup>, foi fundamental para aquela geração e fez com que muitos montassem uma banda ou uma editora” (Fred Ferreira, Bee Keeper, em entrevista pessoal em 10 de outubro de 2019). Era o desejo de fazer diferente, um outro tipo de música conectada com o que acontecia de novo do outro lado do Atlântico.

Mesmo na música, terreno sempre instável, surgia a sensação nos jovens de que, em Portugal, viver da música (ou das artes em geral), com os seus ídolos, ainda era um sonho, mas agora, não mais distante. “Não são provavelmente mais que meia dúzia de gatos pingados, mas já há quem vá às finanças declarar como ocupação músico de *rock*, ou estilista, e há gente que se reclama jovem cineasta e novo escritor (...) “temporariamente desocupado”” (Luís Maio, 1990, p. 14). A obrigatoriedade da escolaridade até o secundário, assim como a maior democratização da oferta de cursos de nível superior fez com que uma boa parcela da população saísse dos domínios tradicionais e pudesse decidir sobre o futuro, criando identidades e fazendo da sua forma de agir, da sua cultura, algo de relevante em Portugal. Mas, no começo dos anos 1990, ainda faltava estrutura para absorver essa nova leva da sociedade que almejava por um destino diferente dos pais.

Tendo como inspiração os Concursos de Música Moderna do *Rock Rendez-Vous*, em 1990, surgia o programa de televisão/concurso semanal *Aqui d’el Rock* (em alusão à considerada primeira banda de *punk rock* português) pela rede estatal RDP e que visava ser uma via de divulgação de novos grupos de *rock* no país. No fim do ano outro programa surgiria, este ficando no imaginário coletivo musical português até hoje, o *Pop Off*<sup>155</sup>, no canal 2 da RTP (mais dedicado às áreas da cultura), e era essencialmente dedicado à música feita no país. Outro, “*Mapa Cor de Rock*”, também surgido em 1990, era transmitido a partir do Porto e mesclava apresentação de grupos portugueses com videoclipes de bandas estrangeiras. Durante os anos 90, a televisão foi palco da presença marcante da música pop rock. Segundo Guerra (2010), programas como *Chuva de Estrelas* e *Pop Off* eram os destaques entre o público.

A indústria fonográfica se instalava definitivamente em Portugal nos anos 1990. Além da EMI-Valentim de Carvalho, a Polygram e a BMG criam bases no país que, mesmo ainda muito pequeno e periférico, chamava a atenção das majors na Europa. A chegada das grandes gravadoras no país

---

<sup>154</sup> Em 14 de julho de 1993.

<sup>155</sup> <https://arquivos.rtp.pt/programas/pop-off/>. Acessado em 22/12/2022.

também trouxe a mentalidade mercantilista em que a música é vista e tratada como um mero produto com finalidade de lucro. Diante disso, mais pessoas se capacitavam para trabalhar na indústria musical, seja na fonográfica ou na de eventos. O amadorismo dava aos poucos lugar a um panorama mais organizado.

Ao mesmo tempo, a música local passava por um momento de extrema criatividade, mas as grandes gravadoras não investiam deixando artistas emergentes como Tina and the Top Ten, Lobo Meigo, Ik Lux, entre outros, com a tarefa de criarem suas próprias realidades editoriais ou se conectarem às novas iniciativas independentes. A distribuição, toda a cargo das majors, era outro fator que impedia um alastramento da penetração destas iniciativas pelo país. Também, o encarecimento da produção de discos, mantinham as indie como projetos quase artesanais. Logo, naquele momento, para se destacar no meio musical, soava inevitável ter que rumar para uma major (S/A, 1994, p. 19).

*Nos tempos modernos, parece que o mais importante é vender... independentemente da qualidade ou do valor associado a muitas propostas. (...) De vez em quando editam-se (e apoiam-se) nomes com valor. Mas geralmente tal é efetuado sem rigor ou atualidade. (...) Há que se alargar o mercado (F. S. Marques, 1992, p. 7).*

E foi a partir de uma ótica artesanal que os selos indie dos anos 1990 mudaram a direção vista na década anterior. A necessidade era de criação de mercados paralelos, sem vínculos com as majors. Baseavam-se na proximidade com seus nichos, no afeto e em estratégias que não tinham como ponto principal o lucro, mas sim, diversificar a oferta da música local, inspirados em selos como a K Records, de Seattle, Estados Unidos. A transparência e a maior agilidade, ainda que incipientes, na forma de agir, forjou as bases do que seria o início de uma nova postura frente ao mercado e que se provaria fundamental na década seguinte. As pequenas gravadoras locais já mostravam interesse em partilhar conhecimento e se organizarem na forma de feiras, debates, concertos e demais eventos. Notava-se um esboço de organização no meio indie. Iniciativas como Música Alternativa e Xinfrim prestavam serviços de distribuição, de pequeno alcance, porém, personalizados. O que favorecia que algumas gravadoras como Numérica, Simbiose, a própria Música Alternativa e MTM mantivessem edições regulares e ter algum tipo de planejamento. A Kaos Records, de Coimbra, que viria a ser o “embrião” da Lux Records, chegou a ter “So Get Up”, do Underground Sounds of Lisbon, no top 20 indie britânico com cerca de 20 mil cópias comercializadas. Gravadoras como a El Tatu – criada por Zé Pedro, guitarrista do Xutos & Pontapés - mantinham acordos com congêneres em países como Espanha, possibilitando que discos de bandas como Tina and the Top Ten pudessem ser comercializados fora de Portugal. Mesmo com a dominação quase que onipresente das majors, o

cenário se mostrava mais democrático e promissor. Ainda que sem recursos, as gravadoras indie da época mantinham produções marcadas pela diversidade e mesmo com as precárias condições o meio estava em efervescência. A consciência era que a informação seria a grande responsável pelas mudanças e na propagação do cenário musical pelo país.

*[O] festival Cais do Rock que voltou a confirmar que quem faz boas maratonas de música ao vivo não é necessariamente quem tem mais poder, dinheiro e litros de cerveja na cartola. Às vezes, como é o caso da organização do Cais do Rock, basta perceber de música (J. M. Lopes, 1997, p. 14).*

Essa partilha de informação e as iniciativas do meio indie foram essenciais para a diversidade musical vista naquele momento, uma vez que o interesse pelo “produto interno” mais *underground* continuava exíguo por parte das majors. Nesse ambiente, alguns selos se destacavam, expandindo a música para o interior do país, determinantes para a descentralização e para novas práticas e estéticas no indie nacional.

#### 4.5. A “SEGUNDA GERAÇÃO”



**Figura 8** - Logos das seguintes gravadoras indie portuguesas (da esquerda para a direita): Moneyland Record\$, Bee Keeper, LowFly Records e Lux Records. Fontes: <https://www.discogs.com/label/86854-Moneyland-Records>, <https://beekeeperlx.bandcamp.com>, <https://www.discogs.com/label/72145-LowFly-Records> e <https://tinyurl.com/mw957n3a>.

A Moneyland Record\$<sup>156</sup> foi criada em 1991 pelo músico e artista plástico das Caldas da Rainha João Paulo Feliciano<sup>157</sup>. Mesmo “sediada”<sup>158</sup> em Lisboa, foi vital para o fomento e divulgação do

<sup>156</sup> Catálogo disponível em <https://www.discogs.com/label/86854-Moneyland-Records>

que ficou conhecido como Cena das Caldas. Representava a essência de uma nova linguagem no *pop rock* português, com diretas referências ao *rock* estadunidense de bandas como Sonic Youth, Nirvana, Dinosaur Jr, entre outras, e cantado em inglês. O selo abriu espaço para grupos similares de outras localidades, como Lulu Blind e More República Masónica, num exemplo de cena translocal apresentando fronteiras mais filosóficas do que geográficas.

Já a frente da banda Tina and the Top Ten<sup>159</sup>, no fim de 1991, João Paulo fora convidado para produzir, entre outras pessoas ligadas às artes em Portugal, uma página, de livre tema, no jornal Expresso. Num misto de provocação e vanguarda, João criou um anúncio de uma “nova gravadora” a Moneyland Record\$, com catálogo voltado para o lado artístico/*noise* do *rock*, como Christian Marley, Sonic Youth, MC5, John Cage, além, claro, do Tina and the Top Ten, entre outros. Inesperadamente, João Paulo recebeu vários pedidos a gravadora fake, denunciando que havia um público ávido por aquele tipo de estética sonora<sup>160</sup>.

*Resolvi fingir que eu tinha uma editora e fiz um anúncio que seria um catálogo das edições que faríamos no próximo ano, 1992. Era tudo inventado. Inventei os discos que seriam dessa editora. Foi tudo uma brincadeira, nunca pensei em ter uma editora de discos (João Paulo Feliciano em entrevista pessoal em 28/02/2016).*

Assim como a Facadas na Noite, a Moneyland Record\$ teve poucas edições. Porém, por meio delas, reforçava a ideia de que pequenas localidades poderiam ser reconhecidas pela música que produziam. E diferentemente da congênere bracarense, o selo promovia concertos mesclando bandas do *cast* com outras de diferentes cidades. A atividade da Moneyland Record\$ dinamizou o indie em Portugal, mostrando que o interior também almejava se conectar com o mundo. Incentivou bandas, bares, possibilitando a prática e a edição musical nas Caldas da Rainha. Porém, ainda não era a época da sustentabilidade no meio indie e a Moneyland Record\$ sucumbiu à falta de recursos encerrando as atividades em 1995<sup>161</sup>.

---

<sup>159</sup> O Tina and the Top Ten, banda de João Paulo Feliciano na altura, é uma das que faz a primeira parte do concerto do Sonic Youth na Praça de Touros do Campo Pequeno, a 14 de julho de 1993.

<sup>158</sup> “Dividia espaço” com o ateliê do artista na capital.

<sup>159</sup> Na virada do ano de 1988 para 1989 surge o Tina and the Top Ten, a primeira banda de João Paulo Feliciano, “the very first all portuguese fake american *rock n*”roll band”.

<sup>160</sup> E ainda mais notável é que alguns daqueles discos inventados por João Paulo, acabaram por se tornar realidade – lançados pela própria Moneyland – como os dos Tina and the Top Ten, dos No Noise Reduction e até o Blastic Scene, dos Sonic Youth, que virou o bootleg oficial do concerto no Campo Pequeno. Inclusive, João Paulo saber imaginaria que havia um desejo entre Lee Ranaldo e Christian Marclay em fazer um disco em conjunto antes mesmo dele pensar na possibilidade.

<sup>161</sup> Também por questões financeiras, “Teenage Drool”, de 1994, o primeiro LP do Tina and the Top Ten não sairia pela Moneyland Records, mas sim pela El Tatu, de Zé Pedro, guitarrista do Xutos & Pontapés Sobre o Tina and the Top Ten consultar (Guerra & Moura, 2016).

A Bee Keeper<sup>162</sup>, criada por Elsa Pires em 1994 e “um dos motores indie nacionais durante os anos 90” (Rios, 2016), era considerada por sua fundadora mais do que um selo, mas um “veículo de expressão” (Catalão, 1996). Deixou uma marca indelével no indie nacional, cooptando as influências estrangeiras do *rock* da época, com as da Moneyland Record\$ e produzindo um universo particular de afeto e autoajuda (Rui, 2013).

Por meio do fanzine Icecreamstar, lançado também em 1994, editado em inglês e que difundia a nova produção dos subterrâneos da música portuguesa, Elsa se aproximou de Luís Futre, à frente do projeto Toc'Abrir, apoiado pela Câmara Municipal de Lisboa, responsável pela organização de pequenos concertos de bandas iniciantes pela cidade. Juntos, transformaram o fanzine em uma pequena gravadora apoiada pelo interesse em disseminar aquela cultura emergente e mais conectada com o mundo e com a música que chegava ao país (Calixto, 2019). A Bee Keeper

*foi uma coisa mais fabricada pela própria Bee Keeper e pela Elsa. Não havia propriamente uma cena. As coisas surgem meio que por acaso. Na primeira metade dos anos 1990, as pessoas aqui não faziam ideia do que era o indie* (Calixto, 2019, 00:39:55).

O selo representava o “Portugal dos pequeninos (...) para quem a cultura não é imposição, mas opção” (Rui Monteiro, 1997, p. 8). Uma recusa à massificação, ao conformismo e à *pasteurização* da música pelas majors. Era uma gravadora “administrada” para e por amigos:

*não queremos o nosso disco nem em armazéns, nem em distribuidoras, nem em grandes lojas. (...) Quero que isto continue como está, quero controlar as coisas, saber quem compra os meus discos, enviá-los por correio acompanhados de uma carta* (Pires, como citada em Catalão, 1996, p. 3).

A trajetória da Bee Keeper foi interrompida tragicamente com o falecimento de Elsa em 2002, sendo até então incentivadora de uma realidade que necessitava ser descentralizada combatendo a falta de oportunidades e a precariedade comuns ao *underground*, fazendo delas ferramentas para a conexão entre jovens e entusiastas (M. Lopes, 2020, p. 5). “Foi a escassez que fez acontecer a Moneyland Record\$, foi a escassez que fez aparecer a Bee Keeper” (Feliciano, como citado em Lopes, 2020, p. 5).

---

<sup>162</sup> <https://beekeeperlx.bandcamp.com/>

Criada em 1994 pelo artista gráfico Esgar Acelerado, a Low Fly transformou a Póvoa de Varzim, cerca de 35 km ao norte do Porto, num ponto de referência musical em Portugal. O selo tem história vinculada ao festival Cais do Rock, concebido pelo artista no mesmo ano para movimentar a cultura local e colmatar a falta de estrutura para a prática musical na cidade. Os poucos bares que abriam espaço para a música independente eram vistos pela população extremamente conservadora da cidade como locais de delinquência juvenil e de consumo de drogas. Em meio a um cenário de poucas perspectivas, Esgar apelou ao poder público, solicitando e conseguindo apoio para um festival de música. O Cais do Rock é mais um exemplo de como o indie em Portugal caminha paralelamente entre a edição e a música ao vivo, com uma atividade suportando a outra e servindo de fonte entre si.

*Havia um bando de pessoas entediadas, reclamando que nada existia na cidade. Escrevi um texto em que dizia que a cidade precisava de um festival que levei a Câmara de Póvoa de Varzim e acabou aceito e financiado (Esgar Acelerado, 48, Artista Plástico, entrevista pessoal, 11 de novembro, 2019).*

Esgar era conhecido no meio cultural local por editar o fanzine Cru, que, numa atitude muito similar à que deu início a Moneyland Record\$, publicava resenhas de discos e bandas que não existiam, apenas como diversão. E assim como Feliciano, Esgar recebeu diversos pedidos de discos, percebendo que havia na região da Póvoa de Varzim público interessado em novas sonoridades, decidindo assim criar uma gravadora que pudesse levar até aquela pequena comunidade frescor musical, a Low Fly. “O desejo era de fazer acontecer algo, de criar um cenário, movimentar, agitar um lugar onde se falava de música, mas não havia música” (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021). O selo possuía um leque variado de bandas, sem restrições a línguas, nem se fixava às da região, baseando-se ao que Esgar considerava um cenário mais abrangente e efervescente no país. A Low Fly encerra as atividades em 2004, vindo Esgar a criar uma nova gravadora anos depois, a Chaputa Records, mais voltada para o mercado internacional. Mesmo assim, o alvoroço criado não foi suficiente para que se mantivesse uma cultura musical regular na cidade.

Foi em Coimbra, distante 175 km da capital, a primeira movimentação musical “autocentrada” de alargado destaque no país. A Lux Records, criada em 1995, pelo (agora) ex-enfermeiro e locutor da Rádio Universidade de Coimbra<sup>163</sup> Rui Ferreira, se valeu da intensa produção musical local para se tornar uma das gravadoras mais longevas do país e principal via de expressão para a comunidade

---

<sup>163</sup> RUC, criada em 1986 onde Rui possui um programa semanal, o Cover de Bruxelas.

musical conimbricense. A Lux Records abrigou uma intensa e desorganizada cena local e fez dela uma nova referência de Coimbra: uma cidade que combinava o conservadorismo com a rebeldia que, por meio de uma comunidade ativa, combatia o tédio e a falta de oportunidades e de infraestrutura. Esta contestação recuperava de certo modo a um passado ativista da cidade nos anos 1960 e 1970 por meio dos movimentos estudantis (P. E. A. Martins, 2013; Réquio, 2016).

Apesar de sempre ter tido o nome atrelado quase indissociavelmente à figura do manager Rui Ferreira, a Lux Records foi uma iniciativa de António Cunha (falecido em 2012), fundador da Kaos Records, gravadora conimbricense mais afeita aos sons eletrônicos. Cunha, agitador cultural e sócio da discoteca local Fuga, desejava registrar a movimentação juvenil musical de Coimbra que não se encaixava na proposta da Kaos (Guerra, 2010, 2013; P. E. A. Martins, 2013). Para cuidar da Lux Records, em 1995, Cunha convidou Rui, na época locutor e programador da RUC – meio de extrema importância para a divulgação da cena de Coimbra e “porta de entrada” para diversas bandas estrangeiras na cidade – para se tornar manager do selo. Com o passar do tempo, Rui acumulou também o “cargo” de empresário de diversas bandas do selo. Considerava que somente um meio musical bem-informado e comunitário poderia ser saudável e ativo e, assim, manter a cena local. Rui faria deste convívio e afeto pedra fundamental da gravadora.

*Para durar 26 anos em primeiro lugar é preciso gostar demais do que está fazendo. Não me imagino vivendo sem estar rodeado de música. Depois, eu nunca dependi financeiramente da Lux. Pelo menos nos primeiros 20 anos da Lux eu tinha outra profissão que me garantia uma estabilidade financeira. A longevidade também está relacionada com os artistas, com o talento que te rodeia. Por que se em 1996 eu tinha quatro discos para editar, mas poderia acontecer que ao fim de três, quatro anos, não houvesse nada. Ao longo destes anos sempre houve discos que eu quisesse lançar. E uma das principais razões para continuar foi o fato de haver sempre pessoas a minha volta que tinham grande talento (Rui Ferreira em entrevista pessoal em 04/02/2022).*

Com base nesse apoio mútuo na cidade, Rui pôde manter a Lux Records até os dias atuais. Valeu-se de nomes que ganharam expressão no cenário nacional como Belle Chase Hotel, Wraygunn, X-Wife e a mais conhecida, Tédio Boys, para mostrar ao país a força musical de Coimbra, ajudando a fomentar novas bandas, mantendo a produção da cidade constante e que até hoje se revela significativa com bandas como From Atomic, Twist Connection, The Parkinson, Sean Riley & The Slowriders, entre outras.

#### 4.6. UM NOVO SÉCULO PARA O INDIE PORTUGUÊS

Os anos 2000 se iniciam marcados pela popularização da Internet, e do acesso desenfreado à música via troca online e gratuita de arquivos em formato MP3. Esta “revolução” incorrerá numa mudança drástica no modo como se consome música a partir de então, representando uma nova *desmaterialização* dos formatos (ver capítulo 2). No entanto, não só mudava o modo como se ouvia música, como também a disseminação e a partilha, fazendo crer que a democratização “prometida” pela internet era real e, no caso, gravadoras indie teriam a possibilidade de maior competitividade.

Em relação à divulgação, as novas tecnologias, somadas a *blogs* e as primeiras redes sociais (Fotolog, Orkut, Facebook, Twitter), permitiram às indie *labels* mais ferramentas de liberdade de promoção. Nesse contexto, as gravadoras indie vislumbravam um horizonte possível de sustentabilidade numa suposta autonomia permitida pela internet. Por meio destes expedientes, um dos “sintomas” visualizados foi que a troca de informações entre cenas e sujeitos tornou-se mais intensa por todo o mundo, provocando reconfigurações na maneira como a música chegava aos fãs, amplificando o movimento iniciado na década anterior, expandido produções e fazendo mais comunidades serem reconhecidas pela produção musical/artística. Segundo Hudson (2006), a partir dos anos 2000, a expansão da globalização, no caso da música, dava novo sentido às práticas de divulgação artística locais, reforçando sentimentos de identidade e de pertença. A maior e constante troca e absorção de novas informações conferia ainda mais importância às gravadoras indie nos processos de aquisição de capital cultural de uma coletividade. Wacquant, conforme destacado por Guerra (2015), argumenta que a originalidade artística não decorre apenas de um dom carismático do artista, mas é alcançada por meio da “transcendência de instituição” coletiva, viabilizada pelos mecanismos sociais do campo.

Mas num ambiente em que os fonogramas físicos “perdiam” valor, as gravadoras menores perceberam que precisariam também de ir além da venda de discos e equivalentes. A “crise” do mercado alardeada pelas majors, reajustou o cenário e transformava de vez o *modus operandi* destes selos. “As editoras *independentes* em Portugal não conseguem atingir lucro por via da edição, tendo de apostar no alargamento de atividades” (Guerra, 2010, p. 361, grifo meu). Assim, assumem o papel ou ligam-se a produtoras, agências de espetáculos, promotores, entre outros. A edição passava para o campo online, as tecnologias de gravação possibilitavam à mais artistas o registro e a internet era um campo em que todos poderiam operar.

Simultaneamente, nesse período, emerge uma indagação que instigará os selos indie a aprimorar-se ainda mais: se um músico pode atualmente gravar, produzir e distribuir um álbum por conta própria, utilizando plataformas como o Myspace, por exemplo, qual seria a necessidade de contar com um selo? Torna-se essencial a ampliação da visibilidade de dois elementos fundamentais no âmbito independente: a prescrição e a gestão. A importância de uma gravadora indie pode ser medido nas palavras de Guerra (2010), quando diz que “frequentemente, os músicos deparam-se com dificuldades ao nível da distribuição, da marcação de concertos e da promoção dos seus trabalhos junto dos *media* pertinentes e dos jornalistas especializados” (p. 360). Ou seja, o selo indie é uma chancela, um *filtro* que confere mais valor ao fonograma/banda em questão. Em cada comunidade onde uma gravadora indie tenha tido impacto – como Revolve, Lovers & Lollypops, Moneyland Record\$, Low Fly - percebemos como a linguagem, o discurso de cada uma delas influenciou não só a música ali produzida, mas também a maneira como esses locais foram vistos a partir dali pelo resto do país.

O indie não ficou à margem dos novos tempos. Os selos portugueses usam a internet como tubo de ensaio para experimentações mercadológicas, de difusão, visando aumentar o contato e a base de fãs em todo o país e o mundo. “Neste sentido, a Internet veio abrir um enorme leque de possibilidades para as pequenas editoras e para músicos amadores ou em início de carreira chegarem a um público mais alargado” (Nunes, 2018, p. 33). Porém, quanto maior e pulverizada é a oferta, mais necessária se faz a presença do “formador de opinião”.

Em Portugal não era diferente. As majors já tinham diminuído as apostas ao indie novamente. Para os selos menores, para poderem se expandir, era preciso deixar de lado métodos românticos e conhecer as características particulares do mercado interno, entender seus mecanismos de promoção com o público local e qual era o alcance da mídia especializada. Além disso, a diminuição das pequenas lojas de discos em favor de grandes cadeias também foi um fator que ampliava a falta de espaço para novos artistas portugueses. O investimento no novo era praticamente nulo entre as majors. Estas esperavam novamente lucrar com a música online. Com a eliminação de intermediários e de materiais físicos (embalagens e encartes, por exemplo) poderiam vender música em estado “puro”, aumentando as receitas. Softwares como o Napster só adiaram um pouco mais este cenário.

A segunda metade dos anos 2000 é marcada por (mais) uma grave crise econômica em Portugal que adentra para a década seguinte. Nessa conjuntura, o indie português novamente se via com o desafio de se reinventar para poder dar vazão às expressões musicais que surgiam pelo país. Ao

mesmo tempo, a crise fez aumentar o fluxo migratório em busca de melhores condições. Em protesto, jovens reafirmavam a condição de serem portugueses e de almejavam uma vida mais digna sem abdicar do país onde nasceram, no que ficou conhecido como “Geração à Rasca” (Araújo, 2016; Henriques, 2018). Nessa direção, algumas características como o uso do português, que fora trazido à tona pela Flor Caveira, em Lisboa no começo da década, voltava a ter força no meio, como força de expressão da realidade. Novas visões de gestão são implementadas gradativamente na música independente nacional como forma destas gravadoras se manterem produtivas. Em face a um ambiente precário, foi necessário o desenvolvimento de métodos mais organizados e economicamente viáveis. Associações eram criadas, gravadoras eram idealizadas com base em estudos de mercado. O indie era um veículo de resistência e mantinha seu viés de farol para a música emergente em Portugal.

A cultura DIY ganha nova configuração e importância com a crise econômica de 2008, na forma de selos com tendências mais ativistas como a Cafetra Records. (Guerra, 2021b). Assim como a Cafetra, outros selos usam de estratégias inovadoras para alavancar o potencial de tecnologias emergentes e redes sociais como um meio de estancar ciclos de precariedade, insegurança econômica e vulnerabilidade social. Essas práticas incorporam novas abordagens para criar caminhos para a sustentabilidade.

#### 4.7 “NOVAS E VELHAS” ESTÉTICAS PARA O INDIE PORTUGUÊS



**Figura 9** - Logos das seguintes gravadoras indie portuguesas (da esquerda para a direita): Hey, Pachuco!, Flor Caveira, Lovers & Lollypops, Revolve e Bor Land. Fontes: <https://tinyurl.com/4th295e9>, <https://florcaveira.bandcamp.com/>, <https://tinyurl.com/3xj59xsb>, <https://rvlv.net/>, Acervo pessoal Rodrigo Cardoso.

Fundada em 1999 pelo pastor e músico Tiago Guillul, a Flor Caveira se apresentava como uma antítese ao que estava em voga na música portuguesa naqueles anos. Uma gravadora influenciada por sonoridades e estéticas estadunidenses, mas ao mesmo tempo uma reação ao anglicismo que estava em evidência na música local na época, com bandas como Silence 4. Visava destacar a cultura portuguesa, amalgamando-a com influências sonoras estrangeiras, sob a temática central de “Religião e Panque Roque”.

*[A] singular mistura de punk hardcore, trovadorismo em baixa fidelidade e pregação religiosa (...) possui alguns “antecedentes” Sua ocorrência está profundamente vinculada à redescoberta da língua portuguesa como idioma comercialmente viável do pop/luso (T. Monteiro, 2013, p. 155).*

A Flor Caveira espelhava o trabalho de uma comunidade<sup>164</sup> até então não reconhecida por sua presença no *rock*. Longe de ser algo patriótico ou receber as mesmas acusações de um suposto nacionalismo exacerbado como foi com o Heróis do Mar, a Flor Caveira queria ser uma negação – como o *punk* – ao que viera antes.

*Tínhamos um manifesto, gostávamos de irritar. Ousamos cuspir no prato em que comemos. Vamos cantar em português. Mas não era uma coisa patriótica. Era uma reação. Anticapitalista. Queríamos criar em Portugal algo que ninguém estava interessado (Tiago Guillul em entrevista pessoal em 08/02/2022).*

Além da sonoridade, Tiago desejava que o selo incorporasse uma atitude de resgate de valores e sonoridades de décadas anteriores, como a Hell Cat Records, de Tim Armstrong, vocalista da banda estadunidense Rancid, fazia com artistas de reggae, por exemplo. Somente a partir de 2006, com a banda Pontos Negros é que a Flor Caveira ganha notoriedade, sendo reconhecida – quase sete anos após sua criação – como o “grande celeiro criativo do novo pop português cantado na língua de Camões” (T. Monteiro, 2013, p. 155). Em 2007, as produções do selo chamam a atenção da Valentim de Carvalho (assim como fora com a Fundação Atlântica) que oferece a oportunidade de gravar nos estúdios da gravadora, além de manutenção de direitos sobre as obras gravadas e distribuição, em troca da exploração comercial de determinados artistas.

*Na minha cabeça eu via a Fundação Atlântica. O próximo Rui Veloso era o Samuel [Úria]. Eu os chamei para uma reunião e disse: “Ok, vamos dar condições para gravar e algumas coisas saem por vocês e nós ficamos com a opção para lançar o quê for*

---

<sup>164</sup> O único não evangélico no grupo de artistas que formava a Flor Caveira era cantor e compositor B Fachada (Bernardo Fachada).

*menos alternativo e com mais potencial comercial” (Francisco Vasconcelos em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

A Flor Caveira desempenha um papel crucial na formação dos selos musicais em Lisboa na década subsequente. Tornou-se um ícone para a "Geração à Rasca", influenciando selos que abordavam temas cotidianos locais com nuances de protesto e ironia. Gravadoras como Cafetra Records e Xita Records são herdeiras diretas dessa “linhagem”, iniciada com a Fundação Atlântica e perpetuada pela Flor Caveira.

Porém, a percepção que o indie em Portugal poderia ser abrangente e profissional tem seus primeiros passos com o surgimento da Bor Land no ano 2000. A gravadora portuense, criada por Rodrigo Cardoso, na época com 19 anos, apostava desde o início na pluralidade de estilos e de sonoridades, investindo também em novos modos de lidar com o mercado e com a imprensa local. O trabalho realizado pelo selo foi considerado de “valor inestimável para a cena musical portuguesa” pelo escritor angolano Valter Hugo Mãe e “destacava-se pelo leque diferenciado de sonoridades, pela estética visual atrativa e pelos canais criativos de distribuição” (Guerra, 2010, p. 535). A postura hábil do selo deve-se também a uma preparação prévia de Rodrigo antes de criar a Bor Land. Ou seja, de entender o mercado e do que era preciso para gerir uma gravadora, cercado-se de informação para dar vida e possibilidades sustentáveis a ela.

*Estive um ano, um ano e meio pesquisando como que se fazia as coisas: quem licencia, quem fabrica, quem faz as capas, quais os modelos, essas coisas todas formais e de parte mais executiva. E depois foi mais ou menos contínuo. Surgiu um disco, dois discos, dez discos, trinta discos... (Rodrigo Cardoso como citado em Simões, 2008, pp. 89-90).*

Após diversos lançamentos e coletâneas, álbuns como “April” da banda Old Jerusalem elevaram a Bor Land a um patamar destacado. O selo estabeleceu estreitas relações com a imprensa local, em especial o jornal Blitz, tendo consistentemente lançamentos avaliados e recomendados em listas de melhores do ano. Com isso, a gravadora conquistou espaço regularmente no periódico, sendo reconhecida como uma produtora “hiperativa” e uma das mais “prolíficas” no gênero do país (Sardinha, 2005).

*Já não é aquela identidade menor e fechada, em que foi o início. Ou seja, quando editas dois ou três discos de música alternativa portuguesa é natural que a tua identidade seja essa, mas ao fim de quinze discos já trabalhamos com música eletrónica, música contemporânea, vamos agora editar um disco para guitarra solo. No início foi a música alternativa porque era aquilo que eu gostava mais e em que me*

*sentia mais à vontade. Mas hoje sinto-me mais à vontade em vários campos diferentes* (Rodrigo Cardoso como citado em Simões, 2008, pp. 89-90).

Com a visibilidade conquistada, a Bor Land consolidava o movimento indie como um projeto viável e verdadeiramente “alternativo” ao mainstream em Portugal. O indie deixava de ser percebido como iniciativas isoladas e esporádicas no tempo, transformando-se em uma cultura definitiva e um método concreto (apesar das dificuldades financeiras) para promover e desenvolver a música. Isso evidenciava que havia trajetórias a serem percorridas. Contudo, em 2010, a Bor Land encerrou<sup>165</sup> suas atividades devido a desgastes internos, deixando como legado um novo *modus operandi* mais alinhado com as práticas observadas no exterior.

No mesmo ano em que a Bor Land era estabelecida no Porto, no Barreiro, um município a menos de 10 km na Margem Sul do rio Tejo, em Lisboa, o músico local Carlos Ramos não apenas fundava um selo, mas simultaneamente organizava um festival para editar, divulgar e impulsionar a cena musical da cidade. Através de seu estúdio de gravação, Carlos já havia descoberto e registrado diversas bandas locais. Com o aumento da produção, percebeu que algo significativo estava acontecendo no Barreiro, e essa efervescência necessitava ser documentada de maneira mais “profissional” por meio de edições, nascendo assim a Hey, Pachuco!.

Para promover e destacar o que estava acontecendo na cidade, decidiu organizar também um festival, o Pachuco Fest, que em sua primeira edição contou com bandas da primeira leva do selo, além de outras vindas de diferentes regiões, tanto de Portugal quanto de fora. Ambas as iniciativas transformariam de maneira duradoura o cenário do Barreiro, estabelecendo-o como uma alternativa cultural à Lisboa. Em 2002, a Pachuco Fest mudaria seu nome para Barreiro Rocks, por sugestão da Câmara Municipal local, que, por meio de apoios e cedência de espaços, considerava mais atrativo que o evento levasse o nome da cidade.

Logo, o selo, por meio das edições e do festival que se consolidava como um dos principais do país, se tornou uma referência, atraindo a atenção para o Barreiro enquanto produtor musical. Bandas tanto da cidade quanto de fora dela se identificavam com o viés do selo, mais voltado ao que se conhece como *Garage Rock*, e mesmo sem investimentos por parte da Hey, Pachuco!, desejavam ter a estampa da gravadora nos seus lançamentos. Ou seja, artistas desejavam ter vínculos com a

---

<sup>165</sup> O disco *Twice the humbling sun*, do Old Jerusalem, foi escolhido como disco do ano nacional pelo Jornal Blitz em 2005, repetindo o que April, do mesmo grupo, conseguira em 2003.

gravadora, mesmo que somente simbólicos, pois isso dava imediata identificação e/ou porque são somente fãs daquela gravadora e estar sob sua “chancela” é fator de orgulho<sup>166</sup>.

Num outro desenvolvimento que caracteriza as gravadoras portuguesas do novo século, a Hey, Pachuco! encontrou a necessidade de "formalizar" suas operações para se tornar elegível a receber apoio público para eventos futuros ou edições, transformando-se assim, em 2005, numa associação cultural (Oliveira et al, 2016). Com essa mudança, foi possível uma maior flexibilidade nas operações do selo, incluindo a contratação e remuneração pontuais de agentes mediante a aprovação de propostas de projetos culturais para a cidade. No entanto, mesmo sendo comprovadamente uma força dinamizadora na realidade local, a Hey, Pachuco! ainda se depara com questões burocráticas que dificultam oportunidades e relegam produções desse tipo a segundo plano.

*Sempre tivemos boas classificações, mas nunca conseguimos ganhar e eu suspeito que estejamos naquele limbo em que somos muito comerciais para a vertente artística, ou seja para a DGArte, mas talvez muito independentes e alternativos para as marcas também vislumbrarem alguma visibilidade* (Carlos Ramos em entrevista pessoal em 15/04/2021)

Mesmo sem a intenção original de “atuar como uma gravadora exclusiva do Barreiro”, apenas aspirando a manifestação cultural na cidade, a Hey, Pachuco! efetivamente projetou o nome do local no cenário cultural português, desempenhando um papel crucial na consolidação da Margem Sul de Lisboa como um dos polos musicais mais dinâmicos e vibrantes do país.

Como vemos, nos anos 2000, o indie em Portugal começava a se reestruturar frente a um mercado em completa reformulação. Entendia-se que somente ampliando as atividades, dando mais possibilidades à edição, com gestões mais profissionais seria possível uma tão almejada sustentabilidade. Assim, esboçava-se diferentes e inovadoras maneiras de distribuição, promoção e da gestão da música em si<sup>167</sup>.

Determinante para essa agitação foi o surgimento da Lovers & Lollypops, no Porto, em 2005. Influenciada pela cena *underground* de Barcelona<sup>168</sup>, o selo reforçou e ampliou o movimento de mudança nas táticas e estratégias de mercado dentro do universo indie. “Houve um momento em que

---

<sup>166</sup> Como é o caso da banda barreirense Conan Castro and the Moonshine Piñatas e do disco Cataplana America, “lançado” em 2017 pelo selo.

<sup>167</sup> Como, por exemplo, a venda de discos de artistas do selo em locais não usuais como restaurantes.

<sup>168</sup> Onde Joaquim Durães, um dos fundadores estudara por um ano.

aconteceu uma virada para uma nova vaga na música independente, há cerca de 12, 10 anos. Foi o surgimento da Lovers & Lollypops” (João Modas, Pointlist, como citado em Portulez, 2017).

A Lovers & Lollypops, que se baseia até hoje no conceito de reinvenção e constante troca de ideias, teve início comercializando CDRs quase artesanais a preços acessíveis. Isso visava escoar a produção musical de seu “microcosmos” entre o Porto e a cidade natal, Barcelos, a cerca de 60 km de distância. Em uma entrevista pessoal em 18/02/2021, Joaquim Durães, um dos responsáveis pelo selo, destacou a necessidade de abrangência, desde que a música transmitisse uma mensagem significativa. A receptividade positiva, mesmo em tempos de crise, indicou a urgência de iniciar e dinamizar um movimento musical naquela comunidade.

O selo cristalizou-se enquanto forma de resistência contra a “ignorância e falta de estrutura” para uma música menos convencional no país. No entanto, essa resistência só se tornou possível com a adesão inicial de amigos e bandas afins, evoluindo para verdadeiros fãs do selo. O impacto da Lovers & Lollypops no cenário musical português se destaca pela organização de festivais de médio porte, como o Milhões de Festa em Barcelos e o Tremor na Ilha de São Miguel, nos Açores. Ambos os festivais transformaram a maneira como o selo encara a música indie em Portugal, proporcionando oportunidades para novos artistas e conectando-os com outros de diversas partes do mundo. Nesse contexto, os festivais desempenham um papel crucial, conforme destaca Shuker (1998), ao preservar tradições, expandir o público e legitimar formas específicas da música popular, proporcionando um senso de identidade compartilhada e comunal entre artistas e fãs.

A Lovers & Lollypops é influência direta para algumas das mais ativas gravadoras indie que se seguiram como Omnichord (Leiria), Revolve (Guimarães) e Zigur Artists (Lamego), apenas para citar as que estão representadas nesta pesquisa. “O trabalho da Lovers & Lollypops é seminal. Inspirou não só a nós, mas toda uma geração de bandas, artistas e fãs. Ela conseguiu quebrar algumas regras que existiam no mercado editorial português” (Afonso Lima, Zigur Artists, em entrevista pessoal em 23/02/2022).

*Somos uma plataforma de documentação, uma possibilidade. Essa é opção libertadora. Sabemos o nosso papel e importância e temos a consciência de que em Portugal conseguimos dar voz a uma série de artistas e temos uma parte importante na construção de carreiras e de identidades. Isso faz parte dessa flexibilidade que temos. Somos um abrigo para uma série de artistas* (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).

Em 2009, nasce a promotora de eventos Revolve, com o objetivo de impulsionar a atividade cultural praticamente incipiente em Guimarães. Inicialmente formada por um grupo de amigos sem experiência no ramo, a Revolve só se torna um selo em 2014, ao perceber a expansão da produção musical na cidade, incentivada por suas atividades. O trabalho da promotora contribuiu para o surgimento de novas bandas, integrando-as por meio de concertos na cidade, muitas vezes em parceria com artistas de outras localidades. Com o tempo, a crescente demanda pela edição de discos desses novos artistas locais se tornou evidente.

*Em Guimarães não havia concertos. Íamos ao Porto ver os eventos da Lovers e decidimos fazer alguma coisa na cidade. Começamos a marcar concertos e o primeiro foi em parceria com a própria Lovers & Lollypops (Miguel de Oliveira como citado em Salgado, 2020).*

A fundação da Revolve está ligada ao anseio de revitalizar Guimarães como um polo produtor de música, lembrando os anos 1980, durante o boom do rock português. Naquela época, embora houvesse diversas bandas espalhadas pela cidade, não existia um selo que as documentasse. A dualidade de funções da Revolve, atuando como produtora e gravadora, contribuiu para o florescimento de uma nova cena musical na cidade.

*Quando criamos a gravadora era porque sentíamos falta de ver em edição aquilo que estávamos promovendo. Da mesma forma como foi em 2009, quando surgiu a promotora, que era para trazer alguma novidade ao cenário local (Rui Dias, manager, em entrevista pessoal, em 04/05/2022).*

Na atualidade, a gravadora estabelece colaborações com as autoridades locais e promove eventos que conectam locais tradicionais de Guimarães, audiências e artistas ainda não reconhecidos pelo grande público, destacando-se nos festivais Mucho Flow e Vai-m'á Banda. Essas iniciativas contribuem para posicionar a "cidade berço" no cenário do indie nacional, atraindo visitantes, impulsionando a economia regional, divulgando a música e fomentando o turismo locais.

*Nós começamos com a ideia de criação de público em Guimarães e depois com a editora quisemos estar envolvidos na parte de criação de discos. A criação e a promoção, no fundo, são uma forma de expressarmos a própria Revolve (Miguel de Oliveira, manager, como citado em Neto, 2019).*



**Figura 10** - Festival Mucho Flow. Agosto de 2018. Fontes: Rui Dias, acervo pessoal.

#### **4.8. OS ANOS 2010 E A PROFISSIONALIZAÇÃO DO INDIE**

Na segunda década do século XXI, destacou-se, entre outros aspectos, uma maior consolidação do processo de projeção internacional, que teve início, ainda que de maneira tímida, na década anterior. Os artistas portugueses passaram a realizar turnês de forma mais regular, e esse movimento culminou no que a mídia local considerou como um ponto de virada significativo para o setor: a escolha de Portugal como país foco na edição de 2017 do festival Eurosonic, realizado em Groningen<sup>169</sup>, na Holanda. Contudo, essa visibilidade não se consolidou nos anos subsequentes ao evento.

Entretanto, a geração de selos daquela década incorporou algumas das características dos selos que a precederam, destacando-se pela maior organização, ou, por vezes, pela recusa ao caos administrativo, adotando abordagens mais profissionais na gestão musical. A recriação e a disseminação de espaços, através do trabalho desses selos, são descritas por Guerra (2013) como um "processo subjetivo no qual os públicos emergem como agentes reflexivos e criativos" (p. 31). Em outras palavras, são linguagens que se reconfiguram constantemente, fundamentadas em novas experiências territoriais, na troca cultural entre coletividades e na constante reconstrução de fronteiras artísticas.

---

<sup>169</sup> O evento contou com cerca de cinco mil profissionais, 40 mil pessoas, 23 bandas, profissionais do sector entre *managers*, produtores, editores, programadores, promotores de festivais, entre outros (Belanciano, 2017e)

Antes, a década marcou uma nova onda de selos indie em Portugal. A movimentação foi acompanhada (ou motivada) pela proliferação de outras iniciativas como o retorno de lojas de discos nas principais cidades (inclusive menores como Coimbra e Braga), que não viam a oferta de fonogramas de bandas locais em suas prateleiras, caso da Lucky Lux, de Coimbra, de propriedade de Rui Ferreira, da Lux Records. Foram resultados reestruturação de estratégias, gerando possibilidades criativas de comercialização de seus lançamentos, aumentando a oferta musical da produção nacional em escalas regionais.

Na primeira metade da década, a crise econômica se intensificava e a capital portuguesa viu nascer um movimento – que logo se alastrou pelo país - conhecido como “Geração à Rasca”. Milhares de jovens que protestavam contra a falta de perspectivas e visavam uma cultura urbana própria e distinta<sup>170</sup>. Estar “à rasca” significa estar sem perspectivas, sem possibilidades. O panorama faz com que essa numerosa parcela da população tivesse que encontrar métodos criativos de trabalho e de lazer. Estes grupos sociais se afirmavam pela diferença e pelo desejo de modificar o cotidiano e Os adeptos da cultura alternativa, conforme descrito por Haenfler (2010), se destacavam da cultura predominante devido a seus valores, crenças, símbolos e, frequentemente, estilos e músicas, especialmente entre os jovens (Hodkinson , 2016, p. 634). A partir destes movimentos criavam modos não usuais de relação com seus territórios e com o país. Eram críticos à realidade e queriam se afirmar enquanto cidadãos portugueses e criadores singulares de cultura.

*A música correspondia, em boa medida, à onda de protestos estudantis levantada no ano anterior contra a política educativa de Manuela Ferreira Leite (mais precisamente contra as provas globais no ensino secundário) em manifestações que, pelos seus excessos, levaram o colunista Vicente Jorge Silva a forjar uma expressão hoje convertida em lugar comum, “geração rasca” (Araújo, 2016, p. 114).*

A crise econômica e social fez com que houvesse um enorme desinvestimento na área cultural, deixando projetos e iniciativas sem continuidade ou chance de captarem apoios. A criatividade era uma ferramenta mais do que necessária. Boa parte das novas gravadoras surgidas no período não contavam com escritórios formais ou quantidade relevante de lançamentos físicos., Investiam no online, em relacionamentos pela internet, ao mesmo tempo, eram atuantes pela cidade, promovendo eventos e oferecendo “espaços” em que era possível expressar diferentes identidades. O *do-it-together*

---

<sup>170</sup> O movimento “Que Se Lixe a Troika” atingiu diversas cidades portuguesas (e europeias) e marcou o uso das redes sociais de forma ativista e que fez cerca de um milhão de pessoas sair à rua a 15 de Setembro de 2012 (Araújo, 2016, p. 118).

foi vital com esforços em torno de sistemas alternativos de promoção, edição e distribuição que pudesse sustentar um “ecossistema” de novas ideias e novos tipos de colaboração a fim de manter ativa a produção da música indie (Henriques, 2018).

Os selos indie em todo o país se destacam por suas formas coletivas baseadas no afeto e na colaboração. No caso específico dos lisboetas Cafetra Records, Xita Records e Spring Toast, observa-se uma interconexão robusta entre eles e com produtoras culturais, como a Filho Único e a Maternidade, para expandir a abrangência de suas produções. Esses selos desenvolvem circuitos que englobam desde a gravação até a edição, agenciamento e outras necessidades editoriais, formando uma abordagem que, embora não seja totalmente inovadora, tornou-se uma prática comum. Essas iniciativas são reflexo dessas formas de organização mais próximas, mais comunitárias, com características distintas e diversas, adaptadas à nova realidade da indústria musical. “O que faz a diferença é a personalidade que sobressai nestas micro comunidades” (M. Lopes, 2017a).

Da austeridade no fim dos anos 2000, a partir da segunda metade dos anos 2010, a crise foi sendo amenizada. O país recebia um maior fluxo de turismo e se transformava num dos destinos mais procurados pelos vizinhos europeus<sup>171</sup>. A retomada econômica permitiu que tanto o poder público quanto artistas e líderes culturais pudessem repensar os centros urbanos portugueses, alçando Portugal a uma imagem mais avançada aos olhos do continente (Guerra, 2017a).

Naquela década, reforçou-se a ideia de que o indie deveria continuar sendo associado à autenticidade e liberdade criativa, mas não necessariamente isolado do mainstream. Apesar de Strachan (2007) argumentar que, devido à proliferação de plataformas digitais de música e tecnologias de distribuição, os selos independentes estariam mais livres das restrições comerciais impostas pelas grandes gravadoras, a aproximação com estas se mostrava vantajosa à medida que o mercado se adaptava às mudanças tecnológicas e ao fortalecimento do oligopólio das majors. A profissionalização do indie dependia desse “entendimento” entre os pequenos e os grandes *players*. Assim, observava-se uma diminuição do constrangimento nas negociações entre indie e majors. Em Portugal, não é incomum ver artistas ou bandas de gravadoras indie participando de grandes eventos, como o Festival da Canção, como foi o caso de Surma, da Omnichord Records, em 2019. Além disso, gestores desses selos lideram projetos de grande ambição, como a Why Portugal, focada na difusão internacional da

---

<sup>171</sup> [http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/Mercados\\_Estatisticas/Paginas/default.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Mercados_Estatisticas/Paginas/default.aspx). Acessado em 23/03/2021.

música local, muitas vezes com o apoio do poder público. Essa dinâmica tornou a música indie muito mais participativa na cultura portuguesa, desde o cenário de streaming até os grandes festivais (Morais, 2016).

Apesar das persistentes dificuldades financeiras enfrentadas pelo setor, as gravadoras independentes continuam a ganhar espaço na cena musical local e a promover eventos que utilizam o território, contribuindo para a descentralização por meio do indie, como exemplificado pela Zigur Artists em Lamego e pela Omnichord Records em Leiria. A relevância dessa música na economia portuguesa torna-se evidente com o surgimento de diversas associações dedicadas à sua promoção, como a já mencionada Why Portugal, além da AMAEI e Aporfest, cada uma atuando em diferentes segmentos da indústria musical, buscando oportunidades de expansão tanto dentro como fora de Portugal. Nesse contexto, surgem na década de 2010 selos mais profissionais, com grande potencial de longevidade, que buscam a difusão internacional como estratégia para aumentar receitas e projetar a música portuguesa para além das fronteiras nacionais.

#### 4.8. O INDIE PORTUGUÊS SE REINVENTA NOVAMENTE



**Figura 11** - Logos das seguintes gravadoras indie portuguesas (da esquerda para a direita): Xita Records, Cafetra Records, Omnichord Records, Zigur Artists e Spring Toast. Fontes: <https://xitarecords.bandcamp.com>, <https://cafetrarecords.bandcamp.com>, <https://tinyurl.com/se2d6jtd>, <https://tinyurl.com/48kafr79> e <https://springtoastrecords.bandcamp.com/>.

A Cafetra Records, estabelecida em 2008, tem como seu “núcleo base” figuras como Lourenço Crespo, Leonardo “Leio” Bindilatti, João Marcelo (também conhecido como Éme), e as irmãs Júlia e Maria Reis (membros da banda Pega Monstro), entre outros colaboradores. Seu surgimento é uma resposta direta ao ambiente de crise observado naquela época, buscando criar espaços nos quais

artistas pudessem se expressar artisticamente, seja por meio de concertos ou de produção fonográfica, diante da acentuada precariedade econômica no país.

Embora tenha surgido na década anterior, é nos anos 2010, mais precisamente em 2011, com seu primeiro lançamento<sup>172</sup>, que a Cafetra Records começa a se destacar como um dos selos indie mais prolíficos do país, exercendo influência sobre diversos que surgiriam posteriormente, como Xita Records, Spring Toast, Cuca Monga, Chinfrim Discos, entre outros. Segundo BFachada, um tipo de “mentor” para o selo, embora tenha uma gestão coletiva, a Cafetra possui uma “visão muito independente do que é fazer música e de como a música pode ser feita. (...) São um grupo de indivíduos e essa individualidade está sempre presente” (conforme citado em M. Lopes, 2015).

A Cafetra percorre os caminhos abertos pela Fundação Atlântica e trilhados pela Flor Caveira, começando pelo sentido de pertencimento e comunidade entre seus membros. Embora não haja uma tendência de resgate de sonoridades locais, pelo contrário, valoriza-se a mistura com ritmos e culturas estrangeiras. No entanto, os temas abordados nas canções das bandas do selo geralmente tratam da vida cotidiana em Lisboa, especialmente na transição da adolescência para a juventude, enfrentando desafios em meio a crises, falta de perspectivas e recursos financeiros. Esse é o ethos do *punk rock* retraduzido para a Lisboa do final dos anos 2000, misturando sonoridades, criando estéticas plurais e comprometendo-se coletivamente em torno da música.

*Éramos amigos há relativamente pouco tempo quando começamos a tocar todos juntos, mas já nos conhecíamos antes, porque íamos a alguns concertos, foi aí que nos conhecemos. A Cafetra surge da amizade e também de uma necessidade correspondida de tomarmos conta do nosso trabalho. (...) Tínhamos as nossas influências, mas não queríamos tocar as mesmas coisas, queríamos tocar algo diferente e dar o passo a seguir (João Marcelo como citado em Henriques, 2018, p. 23)*

Utilizam o território reconfigurando práticas, dando nova vida a espaços. Assim, fazem da cidade palco para artistas do selo e para a comunhão com outros em eventos diversos. Inovam na maneira de enxergar a cidade e em como inserir música nela, tornando a Cafetra Records exemplo de como combater adversidades e em criar universos próprios e sustentáveis.

---

<sup>172</sup> O EP em formato CDR Passa-se Alguma Coisa Estranha Aqui, de Éme. Primeiro lançamento em CD se dá no mesmo ano com Até Morrer, da banda Os Passos em Volta. <https://www.discogs.com/label/611958-CafetraRecords>

Fundada em 2012 em Leiria<sup>173</sup>, a Omnichord Records, nasce da necessidade de revitalizar e fazer da cidade um expoente nacional não só na produção musical, mas também no empreendedorismo no setor. A “pedra fundamental” foi uma das bandas mais emblemáticas do selo, o First Breath After Coma, que chamou a atenção de Hugo Ferreira, após vencer um concurso promovido pela associação cultural Fade in<sup>174</sup> (da qual Hugo fazia parte), em 2012, em colégios da região. A partir desse momento, ganhou força a ideia de uma gravadora que pudesse alavancar projetos de artistas locais combinando-a com o fomento de jovens talentos e a educação.

Explorando os caminhos abertos pela Bor Land no início do século, Omnichord Records é, junto com a Lovers & Lollypops e a Revolve, um dos expoentes de uma “nova” profissionalização da música indie em Portugal. (R. R. Gonçalves, 2020). Um dos preceitos primordiais do selo é promover a ideia de que a cultura do país não deve ficar centrada em Lisboa e que “o fazer próximo” em uma pequena localidade pode ser mais produtivo e dinâmico do que num grande centro. É um trabalho de “dentro para fora”, fazendo de Leiria um polo de arte e produção musical baseado na troca de experiências, na liberdade artística e na rede de conexões. “Se não se é suficientemente bom numa terra, não vale a pena ir para o país ou para o mundo. É nas cidades que se carregam forças e que se criam bases para uma carreira duradoura e sustentada no país”. (Hugo Ferreira, como citado em Correia, 2019).

Integrar negócios com a paixão pela música implica em administrar essa atividade como um amador no sentido mais puro da palavra, mas de maneira tão profissional quanto possível, criando um ecossistema sustentável e inspirador. Esse enfoque gera afeto e a credibilidade que se reflete em um público fiel que adquire os lançamentos do selo. Na Omnichord, a ênfase está na profissionalização sem perder a proximidade, o afeto e a capacidade de formar novos gostos. “Não queremos fãs a qualquer custo. Eu, por exemplo, comprava tudo que saía da [gravadora estadunidense] Matador. Por quê? Porque eu confio totalmente na curadoria do selo” (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020)

*Uma gravadora indie é uma família. (...) Como você entra numa família? Ou porque nasce nela ou porque alguém se apaixonou por você e casa contigo. E para alguém querer casar contigo, tem que dar algo, fazer um “click” a essa pessoa. E tem que mostrar porque é imprescindível na vida dela. (...) Uma gravadora não é um negócio de*

---

<sup>173</sup> Cerca de 150km de Lisboa

<sup>174</sup> <https://fadeinaacultural.com/>. Acessado em 29/09/2022.

*vender música gravada. Não é só um negócio. É paixão.* (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020).

Com o propósito de unir artistas locais com pouca visibilidade fora da região de Viseu a outros de diferentes partes do país, a Zigur Artists adota em Lamego<sup>175</sup> um modelo mais profissional como visto já na década anterior. O selo desempenha um papel significativo na promoção da cena local por meio da produção de artistas emergentes, impulsionando a economia da região e promovendo o turismo através do festival Zigur Fest

A Zigur Artists surgiu em 2012, em meio à crise econômica e à intervenção da Troika<sup>176</sup>, inicialmente como uma plataforma para divulgar os projetos musicais dos membros do coletivo e de outros artistas de Lamego. A iniciativa visava gerar visibilidade não apenas localmente, mas também em relação ao restante de Portugal. Assim como a Revolve e a Hey, Pachuco, o selo é uma associação cultural sem fins lucrativos, com laços iniciais com o festival Zigur Fest, criado um ano antes. O festival proporciona condições favoráveis para as bandas locais praticarem música, além de oferecer oportunidades de interação com o público e outros grupos de diferentes regiões do país. Na época, Afonso Lima, um dos idealizadores do projeto e natural de Lamego, residia no Porto e testemunhava o impacto que a Lovers & Lollypops causava na cena independente local e aspirava reproduzir em sua terra natal um ambiente semelhante e sustentável para bandas e artistas.

*Existia na época um fenômeno regional, entre Vila Real, Trás Os Montes e Viseu, de muitas bandas de heavy metal. Uma atividade muito constante com concertos etc. E eu tinha uma banda com amigos e, além de tocar, começamos também a tentar seguir um caminho mais profissional, não queríamos só fazer uma demo, queríamos também dar um passo a frente* (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).

O projeto ganha vida a partir de uma sala no centro de Lamego onde a maioria das bandas que viria a fazer parte dessa primeira etapa do selo ensaiava. Como Afonso era o gerente desta sala, sabia de toda a movimentação e quais projetos poderiam ter algum tipo de destaque caso tivessem um tratamento similar como as bandas independentes que via tocar pelo país. O trabalho foi dando resultado e em pouco tempo a Zigur Artists despertava também a atenção de artistas do resto do país que queriam ter seus trabalhos veiculados ao selo, principalmente de pequenas localidades próximas. Assim, o selo e a cidade entravam definitivamente num mapa musical português, abrindo caminhos,

---

<sup>175</sup> Cerca de 340km de Lisboa

<sup>176</sup> <https://www.economias.pt/Troika/>. Acessado em 23/12/2022.

tornando possível para artistas emergentes algum destaque na cena nacional, sentindo-se parte de algo vibrante e ativo.

*De repente, [Lamego] passou a ser visto como um local onde também existe cultura alternativa, música alternativa. E foi bom para a autoestima das pessoas da região que de alguma forma estão ligadas a este tipo de música, a este segmento. O sentimento foi de “é possível chegar lá”. (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

A Xita Records iniciou suas atividades em 2015, tendo sua origem diretamente relacionada à Cafetra Records e às ações do selo, bem como a outras iniciativas contemporâneas, como as agências Maternidade e Filho Único (Henriques, 2018). Similar à Cafetra, a Xita é mais um componente da engrenagem que emergiu na década anterior e foi responsável pela introdução de novas estéticas e valores na cena musical underground de Lisboa. Com o objetivo de explorar diversas possibilidades para a música na cidade e no país, a Xita se destaca por propostas arrojadas para a prática e a edição musical.

O mentor da Xita Records é Manel Lourenço, músico e produtor, que desempenha diversas funções dentro do selo, desde técnico de gravação até a edição e produção dos lançamentos. Ele também é o *alter ego* do projeto Primeira Dama, um dos principais representantes da Xita, e colabora com bandas como Veenho, liderada por Martim Brito, outro integrante do coletivo. O surgimento do novo selo seguiu uma narrativa semelhante ao observado anteriormente: um grupo de jovens que compartilham afinidades musicais e estéticas, buscando um canal para se expressar diante das limitações e escassez de recursos.

*A Xita surgiu quando eu e o António [antigo parceiro do selo] começamos a fazer música. Começamos a nos juntar a volta de uma série de músicos e pessoas que gostávamos e que já conhecíamos. Estávamos sempre nos mesmos concertos. Sempre nos encontrávamos e percebemos que havia pessoas que tinham o desejo de fazer música. Foi algo como “vamos fazer isso todos juntos, ajudar uns aos outros a fazer discos, fazer concertos”. Não era muito formal, mas havia a ideia de fazer coisas acontecerem. E todos tínhamos uma linguagem próxima e fazia sentido estarmos juntos (Manel Lourenço em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

Assim como a Cafetra, a Xita tem influência de Filipe Sambado, produtor e incentivador de diversas bandas que fazem parte do *cast* de ambos os selos. Com uma sala também no Interpress, o músico foi responsável pelo encontro entre vários desses jovens, sendo um elemento catalizador daquela movimentação. O “estar junto” era um fator de motivação para que novos projetos musicais fossem surgindo.

*O Sambado sempre nos dizia “Não tenham medo de ir em frente. Foquem-se. Eu os ajudo”. Dizia para falarmos com A, B ou C, nos mostrava o caminho. Ele me ajudou a satisfazer a minha vontade, o meu desejo, “egoísta”, de ver meus amigos, as pessoas que eu gosto de fazer coisas. E todos sempre responderam muito bem a essa minha vontade, esse meu impulso, “pessoal, bora lá”. E as coisas naturalmente foram acontecendo juntos (Manel Lourenço em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

A Xita investe também na diversidade dos eventos, combinando música, ativismo social e político, gastronomia, entre outros, como forma de interação e integração entre eles e comunidades similares, tanto em Portugal quanto de fora do país. Com isso, também incentiva a diversidade musical, sem estéticas ou sonoras definidas na forma dos mais variados artistas.

A Spring Toast, última gravadora no contexto abordado, foi fundada em 2015 pela banda Mighty Sands e compartilhou essencialmente os mesmos princípios de suas congêneres. Seu surgimento foi motivado pela disseminação da produção musical própria, pela promoção de novos talentos e pela democratização dos métodos e práticas musicais. A intenção era ser autoral, ter controle sobre o processo e refletir as particularidades do grupo. Uma das primeiras decisões foi optar pela edição em cassetes, buscando, ao mesmo tempo, promover um revivalismo do formato entre as novas gerações (Sax, 2017). Diante dos altos custos do vinil e da falta de apego do CD, ser um selo exclusivo de cassetes, historicamente vinculado ao movimento do-it-yourself, era uma maneira de se comunicar e estabelecer uma identidade. A etapa seguinte envolvia gravar bandas amigas e desenvolver uma estética distintiva para o selo. Sem encargos para os grupos, a Spring Toast buscava recuperar investimentos por meio da venda das gravações e das festas organizadas pela gravadora.

*A palavra foi se espalhando também dentro do underground em Portugal. E depois a partir daí começamos a ter propostas para gravar mais bandas. Muita coisa foi acontecendo. Apanhávamos as bandas em tour pela Europa e trazíamos para cá. A própria Mighty Sands só começou a ter algum destaque na cena nacional após a gravadora. (Martim Teixeira, manager, em entrevista pessoal em 24/06/2022).*

No entanto, a Spring Toast, concentrada em um projeto musical específico, eventualmente encerrou suas atividades devido ao desgaste entre seus membros, que simultaneamente atuavam como músicos e gestores do selo<sup>177</sup>. Mesmo com as lições aprendidas ao longo de sua operação até aproximadamente 2018, os conflitos persistiram, tornando insustentável a continuidade do projeto. Questões como decidir quais bandas gravar, lançar ou não em cassete, e a gestão geral do selo e dos

---

<sup>177</sup> Para se aproveitar da chancela do selo, bandas como Hércules lançaram anos depois fonogramas com a marca da Spring Toast, mesmo a gravadora não tendo qualquer participação no processo de gravação e de edição. <https://herculesbanda.bandcamp.com/>. Acessado em 19/09/2022.

eventos contribuíram para as tensões internas. No entanto, o legado deixado foi um espaço propício para que novos artistas pudessem se desenvolver e se expressar. A Spring Toast, com uma abordagem estética e sonora distinta em relação às contemporâneas Cafetra Records e Xita Records, adotando mais o uso do inglês e influências anglo-saxônicas, e menos focada no ativismo cultural, proporcionou um espaço para grupos que não se sentiam representados nas produções das gravadoras já mencionadas.

*Houve algo que aconteceu e que foi muito importante para muita gente. Acho que marcou muitas pessoas. Nosso legado foi termos feito belas festas, muita música. Música que provavelmente não chegaria tão rapidamente naqueles públicos, porque muitas nem tinham nada gravado (Martim Teixeira, manager, em entrevista pessoal em 24/06/2022).*

#### **4.8 PROSPETIVA FUTURA**

Neste capítulo, apresentamos inicialmente as 18 gravadoras indie portuguesas selecionadas no recorte de 35 anos. Buscamos oferecer uma visão mais abrangente de seus trajetos, destacando como se entrelaçaram com os contextos socioeconômicos e culturais de suas respectivas épocas. Examinamos suas iniciativas e como se desenvolveram ao longo de seus períodos de existência, bem como suas projeções para o futuro. Ao longo desta exposição, procuramos abordar de maneira ampla os conceitos investigados na primeira parte desta tese, como a democratização dos meios de produção musical, o pioneirismo (ou caos) administrativo, a expansão territorial da música indie e os modos de gestão baseados no “faça você mesmo” (DIY) e “faça em conjunto” (DIT). Destacamos como quase todas essas iniciativas transformaram seus territórios em destacados polos musicais, além de administrarem carreiras e eventos, facilitando a primeira edição e o contato mais direto com o meio fonográfico português. Essas gravadoras percebem a profissionalização como uma necessidade para a consolidação de um mercado “independente” em Portugal, permitindo que pequenos selos sobrevivam e estabeleçam diálogos sem constrangimentos com o poder público e grandes gravadoras.

Esses selos desempenham um papel fundamental ao oferecer espaço para novas levas de bandas e artistas que se veem desconsiderados pelo mercado fonográfico local, dado o desinteresse das (poucas) grandes gravadoras operantes no país. Desde o princípio, foram responsáveis pela diversidade sonora que influenciou diversas iniciativas semelhantes a partir desse período. Desprovidos de estéticas rígidas, exceto pela estética da diferença, foram essenciais para o desenvolvimento de novas formas de expressão, assimilação e retrabalho por parte de novos selos. Além disso, fortaleceram a ideia de que era possível criar projetos, bandas, selos e divulgar as expressões que

surgiam em torno de seus nichos de forma sustentável. Mostraram também que, apesar da precariedade e do mercado diminuto, era vantajoso manter relações com as majors, ainda que arriscadas, sem a necessidade de renunciar à liberdade artística.

Iniciando com pequenos e específicos nichos, essas gravadoras instauraram no país formas de combinação entre eventos, festivais e a edição fonográfica independente, criando ambientes mais destacados no mercado português. As ramificações dessas primeiras iniciativas se expandiram para outras regiões do país, como Braga, Coimbra, Caldas da Rainha e, mais recentemente, Guimarães, Leiria e Lamego. A música *underground* é vista nessas localidades como uma possível saída para escapar do tédio e do isolamento em relação à capital. Essas áreas testemunham suas efervescências musicais também ganharem destaque além das fronteiras urbanas. A criação de cenas locais, baseadas em sonoridades distintas das habituais, tornou-se quase uma obrigação para esses artistas que buscavam meios de lançar sua produção na época.

A combinação/disputa entre o uso do inglês e do português criava linguagens e destacava as iniciativas alargando as influências para além do pós *punk* britânico, “migrando” para ascendências mais estadunidenses como o *rockabilly* e o *grunge* e, mais recentemente música brasileira, africana e eletrônica. Com isso, mostravam que era possível – mesmo com poucos recursos – estimular cenas musicais apostando na diferença para se destacarem principalmente do que era feito em Lisboa.

Os festivais – como verificaremos mais a frente - também têm peso importante a partir dos anos 2000. Ao mesmo tempo davam espaço para novos nomes, estimulavam a produção local e colocavam cidades no radar do turismo musical e festivaleiro em Portugal. São eventos de pequeno e médio portes que replicam o gerenciamento baseado na proximidade, na descoberta de valores e na exploração do território de formas conscientes e inovadoras. É neste momento em que as gravadoras do gênero em Portugal voltam os olhos para métodos mais profissionais e para a melhor utilização do território enquanto “marca” identitária, descentralizando a produção. São geridas de forma colaborativa com seus membros tendo funções mais definidas e destacadas. Alguns, inclusive, remunerados.

A partir dos anos 2010, a música indie portuguesa, ainda sob a crise econômica que assolava o país, se mostra cada vez mais profissional e permeável às sucessivas mudanças do mercado fonográfico, como, principalmente, a plataformização e a desmaterialização da música. Selos como Omnichord Records e Lovers & Lollypops continuam o trilha da descentralização, porém, tornando a edição, como mais um dos negócios, promovendo também projetos educacionais e sociais tentando

preservar e estimular a produção de audiências musicais. Jovens empreendedores que, como visto com Cafetra Xita e Spring Toast, juntam forças e se organizam em forma de instituições culturais para combater as adversidades provocadas pela precariedade e falta de recursos.

É fundamental entender o trabalho desses selos para um passo seguinte: a difusão internacional da música indie portuguesa. Apostando desde o início no intercâmbio de artistas, iniciativas como a Why Portugal são criadas com o intuito de fornecer apoio para que mais artistas independentes possam se apresentar fora de portas. A empreitada gerou a participação de Portugal como *country Focus* do festival Eurosonic, em 2017.

Uma vez identificadas e caracterizadas, ainda que de modo inicial, vamos partir para a análise das principais especificidades que esses selos promovem dentro da música portuguesa e no território. São características que desde 1982 estas gravadoras implicam à cultura nacional. Assim, modificam o cenário e propiciam novas maneiras de se enxergar a música independente. Traduzem e/ou criam em Portugal modos de produzir, editar e promover a música em um país de reduzida dimensão e de mercado proporcionalmente inibitivo. Essas agitações provocam a formação de uma economia “paralela”, alternativa e, até certo ponto, aberta à conversa com as grandes gravadoras. Se operam no início de forma caótica e descuidada, procuram tornar-se modelos de gestão a partir do começo do novo século, que visam o início de movimentos para além-fronteiras.

Com isso, serão aplicados nos próximos capítulos os cinco temas/conceitos mais identificados nas entrevistas realizadas com agentes do meio, na pesquisa bibliográfica e de imprensa e que serão explorados com mais profundidade: democratização, gestão DIY e DIT, pioneirismo e métodos de vanguarda, exploração consciente do território e a difusão internacional.

## 5. HISTÓRIAS, PROCESSOS E ETHOS DO INDIE PORTUGUÊS

*O papel das editoras independentes portuguesas é hoje fundamental na cultura contemporânea em Portugal. Sem elas não haveria diversidade suficiente. As principais impulsionadoras das novas propostas*  
(Mário Barreiros, produtor, como citado em Sardinha, 2005, p. 8)

### 5.1. DEMOCRATIZAÇÃO, COSMOPOLITISMO E ABERTURA DE PORTUGAL

Apresentados os selos que compõem o recorte de 35 anos, e esclarecidas as histórias e particularidades dentro dos contextos em que surgiram, volta-se agora para reflexões fundamentais que sustentam esta investigação. Esses são conceitos que emergiram ao longo de toda a pesquisa, entrevistas e investigação para esta tese. Neste capítulo, em primeiro lugar, será examinado como essas gravadoras participaram e/ou fundamentaram processos para a democratização dos meios de produção e edição musicais, da ampliação da oferta e da diversidade musical em Portugal. Muitos autores exploram esses temas de maneiras diversas, discutindo a música feita de forma independente inserida numa cultura e numa economia *macro* ao redor do mundo. No entanto, aqui, propõe-se uma discussão sobre o papel desses selos em um ambiente com características ímpares, como é o caso português. Após observar como esses selos surgiram – e como alguns desapareceram –, é crucial apresentar a importância deles na moldagem de um novo ambiente musical e mercadológico ao longo desses 35 anos em Portugal.

Se, em outros momentos, quando tratarmos dos demais conceitos que regem esses selos, alguns terão mais destaque do que outros - e talvez nem sejam mencionados devido a tal conceito ser mais afeito à contemporaneidade – quando falamos em democratização da música e de seus meios é necessário avaliar o papel de todas as gravadoras dentro do nosso recorte, por se tratar de um ponto intrínseco e intimamente ligado ao indie.

Neste capítulo, será discutido de que maneira essas iniciativas foram determinantes para a expansão da música à margem do mainstream em Portugal e, conseqüentemente, a importância desta para a cultura em geral do país. Quando se fala em democratização, refere-se a temas cruciais como o acesso aos meios de produção, anteriormente dominados pelas majors, e à edição fonográfica, permitindo que artistas menosprezados pela grande indústria pudessem lançar fonogramas no mercado. Esses eventos aumentam significativamente a oferta musical, tanto em quantidade como em diversidade. O objetivo continua sendo abrir espaço para novas iniciativas musicais consideradas de

restrito acesso, portanto, ainda *impopulares*, alcançarem o maior número de pessoas. De acordo Matos (2013), as instituições artísticas desempenham uma função crucial ao promover, validar e intermediar o trabalho dos artistas, atuando como mediadoras na relação entre o artista e o público, em um contexto em que todas as partes desempenham um papel ativo.

Dentro dessas concepções, serão analisadas também modos como o indie vem atuando como um agente de democratização musical em Portugal desde os primórdios do *punk*, ganhando vida durante o *pós-punk* até a “era da plataformização”, não sem explicitar os desacordos e contradições existentes, características que, longe de limitar ou tornar confusa a investigação, contribuem para tornar o indie mais do que um gênero musical, mas um modo de viver (Hesmondhalgh, 1996, 1998; Hesmondhalgh et al., 2019; Hesmondhalgh & Meier, 2015; Qu et al., 2021).

No contexto do cenário musical independente, Araújo (2016) caracteriza o indie como a "democratização da excepcionalidade". Esse conceito implica na ideia de possibilitar que cada indivíduo ou grupo tenha controle sobre seus destinos por meio da música, destacando-se e sendo reconhecido por sua singularidade (p. 186). Dentro desses princípios, todas as gravadoras examinadas neste estudo contribuem de maneiras distintas, seja abrindo portas, sendo pioneiras, impulsionando nichos ou potencializando talentos e carreiras para ampliar o mercado. Elas se tornam espaços de implementação de novas táticas e estratégias em resposta às contínuas mudanças do mercado e à competição tanto entre elas quanto com as grandes gravadoras.

Promover a cultura, em quaisquer níveis, é um dever do Estado, garantido pela Constituição da República Portuguesa de 1976 (capítulo III, artigo 73º). Sem querer discutir o papel governamental, o que levaria uma outra tese de investigação, pode-se observar que em diversos dos casos apresentados, principalmente os que se situam fora da capital Lisboa, o contato com o poder público e a cultura nestes territórios se dá por meio desses selos, a partir de iniciativas de vanguarda que tomam para si essa responsabilidade de fomento da música e da cultura. Através do estímulo à prática musical, da edição musical, do convívio, de transformação do ambiente, da educação por meio da música, gravadoras indie são empreendimentos que também democratizam formas de trabalho, trazem novas formas e modalidades de vida dentro da música (Menger, 2005). Porém, ainda se veem, como diz Hugo Ferreira, da Omnichord Records, iniciativas “dependentes” (em entrevista pessoal em 27/10/2020) das variações do mercado, da falta de recursos e das suas pequenas e limitadas estruturas.

Democratizar a cultura, ou neste caso, especificamente, a música, é tornar disponível suas vertentes, seus equipamentos culturais e, pelos selos indie, a busca incessante de novas formas de disseminá-la, numa, segundo Pinto, estratégia contínua de atrair audiências (Martinho, 2011, p. 29). Não só para a sobrevivência financeira, mas para utilizar esses públicos como polinizadores e assim produzir “o alargamento do número de praticantes culturais, bem como a sua diversificação em termos de perfis sociais” (Martinho, 2011, p. 29). O aumento progressivo e incessante de projetos independentes visando expandir a abrangência cultural de seus territórios se dá pelo reconhecimento da música enquanto possível ferramenta econômica e transformadora de vidas e de realidades. Além disso, o consumo desta música outorga a estas gravadoras papéis de autoridade em questões de conhecimento musical e de gosto, transformando-as em eixos de informação e de cultura. Segundo Ulusoy (2016, p. 246), essa ruptura propicia a fragmentação da cultura e da sociedade, destacando-se discursos e posições de sujeito que envolvem heterogeneidade, multiplicidade, pluralidade, individualidade e fragmentação.

A entrada de Portugal na Comunidade Econômica Europeia, em 1986, desempenhou um papel crucial na expansão e no acesso de novos agentes aos meios de produção musical, refletindo-se significativamente na música produzida no país nos anos subsequentes. O aumento das importações resultou em uma maior disponibilidade de discos em Portugal, proporcionando aos jovens um acesso mais amplo aos lançamentos que liam em publicações, como o Jornal Blitz, e em periódicos estrangeiros. Além disso, o processo de fabricação de discos tornou-se mais comum, impulsionado pela expertise gerada pelo boom do rock no início da década de 1980. Simultaneamente, multinacionais estabeleceram-se em Portugal ou formaram parcerias com empresas locais.

Conforme apontado por Matos (2013), o desenvolvimento econômico observado na segunda metade dos anos oitenta resultou em um aumento significativo do consumo privado. A proliferação de novas formas de mediação, como o surgimento de mais estações de rádio, desempenhou um papel crucial na disseminação da música para um público mais amplo, criando assim um novo contexto. Esses fatores foram essenciais para a formação de novos e atentos públicos consumidores (p. 3).

Figura indispensável para ser o catalisador daquele momento, de toda a efervescência não só independente, mas da nova música que se expandia por Portugal, foi o radialista António Sérgio. Considerado uma espécie de “John Peel”<sup>178</sup> português, Sérgio foi responsável por diversos programas na rádio portuguesa, em várias emissoras, entre os anos 1970 e 2000, como Rotações<sup>179</sup> (que também viria a ser o nome da gravadora criada por ele), Som da Frente, Rolls Rock. Além de apresentar as novidades da música internacional, o radialista foi um dos pioneiros a abrir espaço para a nova leva de bandas que surgia no fim da década de 1970 e início da seguinte. Falecido em 2009, carregava consigo o lema “pelo direito à diferença” (Guerra, 2010, p. 235). Guerra destaca a importância de António Sérgio na socialização e consolidação da identidade musical daqueles que estavam vivenciando a adolescência e a juventude nos anos oitenta (p. 241).

Entretanto, em 1982, o cenário musical local encontrava-se saturado. As principais gravadoras estabelecidas no país persistiam em saturar o mercado com lançamentos, visando apenas aumentar os lucros à custa do sucesso do rock na época. A falta de renovação, combinada com o limitado público consumidor, resultou em quedas nas vendas, reduzindo as oportunidades para bandas emergentes surgidas durante o auge do *boom* do rock português. Em um período em que havia uma demanda significativa por uma cultura autêntica, tornou-se imperativo abrir espaço para novos participantes (F. S. Marques, 1986, p. 4). O mercado buscava comercializar qualquer produção minimamente relacionada ao que era popular na época, visando ampliar as vendas. Contudo, essas práticas sobrecarregaram o mercado, transformando o que era inovador e empolgante em algo repetitivo e monótono. As grandes gravadoras da época reduziram os investimentos em novos grupos, concentrando-se apenas naqueles capazes de garantir vendas.

Em 1982, após retornar de Manchester, onde passou um período, Miguel Esteves Cardoso deparou-se com o que descreveu como um “monstro” (Cardoso, 1982, p. 305). Ele considerava a música popular da época como uma “invenção de empresários astutos e jornalistas ingênuos, criando divisões artificiais e gerando expectativas injustas, sendo melhor esquecê-la completamente. Isso não custa nada” (Cardoso, 1982, p. 306). Além disso, para ele, o *rock* português daquele momento carecia

---

<sup>178</sup> Para mais sobre o radialista britânico ver Cavanagh, 2016.

<sup>179</sup> António Sérgio, juntamente com Quim Manuel Lopes e Zhe Guerra, participou na edição da coletânea “Punk Rock - 77” em Portugal, marcando os primeiros passos do movimento punk. A tiragem limitada da edição foi retirada das lojas devido a queixas das editoras representantes de bandas como The Jam, Generation X e Motorhead. No entanto, a acusação de pirataria foi posteriormente considerada infundada, e os envolvidos foram absolvidos em tribunal (Guerra, 2010).

de “nobreza e inovação musical” (Cardoso, 1982, p. 306). Essa recusa ao *pop-rock mainstream* foi a semente que o impulsionou a criar a Fundação Atlântica.

*Um grupo de pessoas do meio começou a pensar na possibilidade de criar uma editora independente que oferecesse às bandas mais jovens a oportunidade de verem o seu trabalho registrado e editado. A Fundação Atlântica nasceu assim, pelas mãos de Pedro Ayres Magalhães, Ricardo Camacho, da Sétima Legião, e Miguel Esteves Cardoso (“O novo rock português. Manual de sobrevivência”, 2000, p. 33).*

Selos como a Fundação Atlântica, Dansa do Som, Ama Romanta e Facadas na Noite inauguravam no país uma atividade influenciada pelo que acontecia no Reino Unido e o pós-*punk*. A ideia era descobrir talentos e permitir a eles o convívio com tudo que rodeia a edição fonográfica: da gravação à distribuição dos discos (até porque muitas dessas bandas que faziam o trabalho de levar os álbuns para as lojas). O cenário no *underground* se era de isolamento era também de efervescência, com talentos a serem lapidados e que precisavam de ajuda para vencer a falta de estrutura e de recursos.

A Fundação Atlântica tinha como intuito “servir e criar a nova música portuguesa, que queremos bonita, útil e ativa” (Cardoso, 1983, p. 3). O selo almejava ser uma ferramenta contra a grande indústria que os fundadores consideravam “sabotar estética, moral e economicamente tanto a tradição como o futuro da música popular portuguesa”. Paralelamente - e paradoxalmente considerando o contexto da época - se viu ligada à uma major desde o início. Baseava-se em uma política de renovação do *pop-rock* local contando somente com “artistas novos e canções novas - em todos os sentidos que tem [sic] a palavra “novo”” (Cardoso, 1983, p.3).

*Foi o momento de um novo “boom” aparecer, mas esse já em forte agitação no underground. E como havia pouco desejo das grandes gravadoras naquele tipo de música - mais desafiadora, inclusive - a saída para a absorção da produção nos “subterrâneos” da música portuguesa foi o surgimento de pequenos selos, mais de “nicho”, não só em Lisboa ou Porto, mas começam a se espalhar por todo o país dando voz a uma gama de novos nomes que não teriam - ou seria muito pequena - chance no mercado fonográfico de outro jeito (J. M. A. Duarte, 2011, p. 22).*

A Fundação Atlântica nascia do trabalho que “ninguém queria fazer” e o desejo de que a música portuguesa se afastasse da repetição de clichês e de práticas pré-estabelecidas do mercado (Pedro Ayres Magalhães como citado em Monteiro, 1985a, p. 9). Bandas emblemáticas para a

renovação da música em Portugal como Sétima Legião<sup>180</sup>, Delfins<sup>181</sup> e artistas como Anamar<sup>182</sup> tiveram seus primeiros contatos com a edição fonográfica através da Fundação Atlântica. “A música popular portuguesa e os seus agentes, a música que seduz a atenção dos estrangeiros precisa de um primeiro empurrão para se elevar à dimensão de um sistema alternativo, fértil, generoso e autoalimentado” (P. A. Magalhães, 1987, p. 18). Esse “empurrão” foi o que a Fundação Atlântica procurava quando negociou contratos de gravação e distribuição com a Valentim de Carvalho que acabou por não dar certo devido a inabilidade do núcleo que capitaneava o selo em relação a questões organizacionais. “Todos os trabalhos que gravamos deram prejuízo” (Pedro Ayres Magalhães como citado em Monteiro, 1985a, p. 9). Porém, a semente da democratização havia sido plantada. Sobrava ambição, mas faltava organização e conhecimento de mercado. O desejo de tornar uma música esteticamente diversa mais popular surgia, num caminho que não tinha volta.

Havia uma efervescência, mas não havia mercado para os independentes? Ou não havia ainda modos de se destacar na pequena e sem grandes oportunidades indústria fonográfica local? Não havia a concepção de um mercado “médio” que pudesse abrigar a produção independente até 1982. Ou se era *mainstream* ou “nada”. Porém, a música moderna portuguesa, ou música urbana portuguesa, se descobria e era descoberta a partir da Fundação Atlântica. O consumo dessa música feita por “pessoas comuns” e não astros do *rock* criava o ambiente para que iniciativas surgissem por todo o país. Dar a artistas emergentes a possibilidade de se expressarem por meio de fonogramas, era a maneira de lutar contra a padronização da música local por meio das grandes gravadoras e da grande mídia local. Era uma música editada por músicos, por entusiastas e não por empresários do mundo do *show business*. A produção musical não ficaria mais restrita às majors e a preconceções estabelecidas pelo *mainstream*, mesmo que isso significasse a existência somente num escalão alternativo. A partir de meados da década de 1980, o cenário era de expansão da música *underground* em Portugal. Esta postura, que se espalhava a olhos vistos, preparava o terreno para que bandas e artistas procurassem iniciativas que permitissem liberdade de expressão e de criatividade.

Ao lado da edição fonográfica, outras formas de expressão espalhavam-se pelo país como fanzines, novas companhias de teatro e na moda, por exemplo. A ordem do dia era a vanguarda e permitir que novas maneiras de representações culturais fosse o papel primeiro dessas iniciativas

---

<sup>180</sup> <https://www.discogs.com/artist/734582-S%C3%A9tima-Legi%C3%A3o>. Acessado em 12/10/2022.

<sup>181</sup> <https://www.discogs.com/artist/490076-Delfins>. Acessado em 12/10/2022.

<sup>182</sup> <https://www.discogs.com/artist/178186-Anamar>. Acessado em 12/10/2022.

contra um “mercado discográfico atrofiado pela miopia cultural e pela obsessiva maximização fácil do lucro” (João Peste como citado em Falcão, 1987, p. 4). Essas gravadoras representavam, ainda que de formas rudimentares, uma oposição ao “mainstream, à cultura dominante, à estética dominante, à arte dominante” (João Peste como citado em Gonçalves, 1999, p. 14–15). Segundo João Peste, a Ama Romanta nascera para ser um veículo contra as *ditaduras culturais* da época, “fazendo com que uma música diferente fosse editada e chegasse ao maior número de pessoas possível” (L. Pereira, 2017, p. 8). A proposta inicial era que a Ama Romanta fosse um projeto multicultural que, além da música, revelasse e desse espaço para artistas portugueses de outras áreas como a literatura. O que, no entanto, por falta de recursos e desorganização financeira, acabou por não acontecer. Ainda assim, nesse espaço de amplitude de ideias, a Ama Romanta<sup>183</sup> tornava-se emblemática na sedimentação de uma nova forma de se fazer e ouvir música em Portugal<sup>184</sup>.

Diversidade que fica marcada logo no primeiro lançamento do selo, a coletânea *Divergências*<sup>185</sup>, em 1986, um manifesto de 14 bandas que não se encaixavam e/ou não queriam se encaixar nos ditames da majors do país. Com a produção de Nuno Rebelo, da banda Mler lfe Dada, a experimentação e o ineditismo de algumas faixas que marcam o álbum duplo fariam parte do imaginário coletivo sobre a Ama Romanta: um espaço de criatividade e experimentação. O disco continha também uma entrevista com o sociólogo Paquete de Oliveira cujo tema era como combater as “ditaduras culturais”. “Divergências” trazia “algumas das múltiplas diretrizes da moderna música portuguesa (...). [E]ncontram-se certamente músicas intrigantes, empolgante, interessantes, prometedoras ou simplesmente curiosas” (Barrau, 1986, p. 3). A coletânea, pouco depois do seu lançamento, já era considerada como a “mais importante edição discográfica nacional de música moderna” do ano (Rui Monteiro, 1986, p. 11). O álbum duplo era visto como uma reação à inércia e pouca criatividade do meio discográfico português, mostrando ao país uma produção diversa e despreocupada com os padrões da grande indústria. Como usual no universo indie, “Divergências” foi um sucesso de crítica, porém não de vendas. Porém, o álbum era uma afirmação da renovação e do desenvolvimento da música urbana local e um retrato de uma juventude influenciada pelo *boom* do *rock* anos antes, mas que almejava passar por cima dele e reescrever a história da música local com

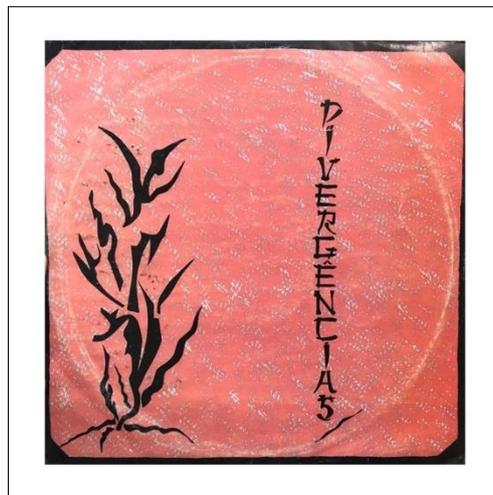
---

<sup>183</sup> Na edição de 13/11 de 1990, o jornal Blitz chamava a Ama Romanta de “nossa primeira indie a sério”

<sup>184</sup> Com o *ethos* do indie já sendo disseminado pelo país, alguns projetos seguiam a esteira da auto-edição, assim como o Buzzcocks em 1976. Por exemplo, o Croix Sainte que lançou um disco autoproduzido e editado, “Life of He”, em 1986, influenciado pelo pós *punk* britânico e bandas como Echo and the Bunnymen e Joy Division e demonstrou “a possibilidade de fazer o que a lamúria espalhou ser impossível” (Rui Monteiro, 1985b, p. 5).

<sup>185</sup> <https://www.discogs.com/release/263674-Various-Diverg%C3%A2ncias>

as cores da inquietação criativa, numa demonstração da vitalidade criativa de uma novíssima geração de artistas, indo de encontro à ideia comum tanto no país quanto fora de um Portugal provinciano.



**Figura 12** - Capa de "Divergências". Fonte: <https://peekaboorecords.pt/product/va-divergencias/>.

Dois anos após o surgimento, a Ama Romanta registrava em 1988 uma maior diversidade de temas e lançamentos com o leque se expandindo - ainda mais - para além do *rock* e suas vertentes, como se vê em álbuns de Vitor Rua e o PSP com Pipocas; Sei Miguel e um dos discos mais emblemáticos da música moderna da época Breaker; Tó Zé e o Música para Baixa Fidelidade; ou ainda Nuno Canavarro e Plux Quba - Música para Setenta Serpentes; entre outros. É também o ano em que se registra o primeiro LP do Mão Morta, homônimo, de Braga, que sai pela gravadora de João Peste<sup>186</sup>, considerado uma das grandes bandas da música independente local.

---

<sup>186</sup> Entretanto, havia indícios de que a situação financeira da gravadora, que nunca havia sido estável, poderia comprometer futuros lançamentos. O próprio Mão Morta desistira de lançar o segundo disco oficial da banda, "Corações Felpudos", em 1990, pelas dificuldades econômicas pelas quais a Ama Romanta enfrentava. Outras bandas como Mler lfe Dada, Anamar, Santa Maria Gasolina em Teu Ventre, Censurados e Essa Entente também deixavam a gravadora por motivos semelhantes.



**Figura 13** - “Anúncio” da Ama Romanta no Jornal Blitz. Fonte: Jornal Blitz 27/05/1986. Número 82, página 20. Acervo Pessoal.

As iniciativas da Fundação Atlântica e da Dansa do Som abriram os caminhos para uma nova via da música portuguesa. Mas foi a partir da Ama Romanta que se jogou luz na diversidade musical. Era um “segundo nascimento” da música jovem em Portugal.

*O “boom” de 81 pode ter representado a emancipação de uma nova geração musical refratária aos cânones abriescos. (...) Seis anos após ter vegetado num longo período de declínio sonambulismo, a nossa comunidade pop/rock, volta agora a estar de esperanças (Luiz Maio, 1987, p. 11).*

Mas para esta expansão editorial, era necessário espaços para que a música pudesse ser experimentada e praticadas. Entre a Fundação Atlântica e a Ama Romanta, a Dansa do Som era o registro “vivo” da nova música portuguesa, atuante e diversa, por meio da sua ligação umbilical com o *Rock Rendez Vous*. Como diz Guerra (2017c), estes espaços para a prática musical propiciam momentos de troca de experiências e de ideias, fomentando novas relações e projetos musicais. Se a Fundação Atlântica tinha aberto os caminhos para artistas que certamente teriam dificuldades de ter trabalhos lançados pelas grandes corporações, o binómio *Rock Rendez-Vous/Dansa do Som* dava, ao mesmo tempo, oportunidades de palco e de edição discográfica a novíssimos nomes da música nacional.

Em 1984 ocorre o 1º Concurso Música Moderna do Rock Rendez Vous (RRV)<sup>187</sup>. Um importante momento na música portuguesa que revelaria diversos nomes que ou foram editados pela Dansa do

<sup>187</sup> O espaço ocupava um antigo cineclubes localizado na Rua da Beneficência, em Lisboa, e que, curiosamente, já tinha um passado ligado à vanguarda por veicular filmes ligados à Revolução do 25 de Abril (Guerra, 2010).

Som ou seguiram caminhos por outros selos. Os “CMM” tiveram papel determinante na expansão da música feita de forma independente no país, incentivando jovens a montarem projetos musicais. Uma das exigências era que os grupos participantes não tivessem qualquer gravação comercial, outra era o uso do português enquanto língua “oficial” (Guerra, 2010, p. 245). Os concursos ajudaram a movimentar o *underground* e a fomentar um *rock* não só feito em Portugal, mas um que fosse “português”, que falasse das coisas dos cotidianos locais. Com isso, espalhava-se não só a música feita em diversos cantos do país, mas as realidades desses territórios, ou do país em si, cantadas sob os mais diferentes prismas e olhares.

As edições da gravadora, frequentemente coletâneas destacando os vencedores e destaques de cada concurso, reuniam bandas de diversas regiões do país atraídas pela oportunidade de se apresentarem em um palco já considerado “mítico”<sup>188</sup>. Isso tornava visíveis amostras do que estava ocorrendo tanto dentro como fora da capital. O Rock Rendez-Vous tornou-se o epicentro para uma juventude ansiosa por novidades, proporcionando um espaço para expressão e a descoberta do que a cena musical nacional tinha a oferecer. Os Concursos de Música Moderna<sup>189</sup> e os álbuns lançados pela Dansa do Som inspiraram esses jovens, transmitindo a sensação de que era possível replicar eventos e edições semelhantes em suas próprias cidades, mesmo diante da precariedade existente em Portugal. Os CMM funcionaram como vitrine para as expressões mais modernas e inovadoras nos subterrâneos da música portuguesa, promovendo conexões artísticas, ampliando as referências musicais e difundindo essa diversidade por todo o país (Guerra, 2010). Além das coletâneas, a gravadora também abria espaço para produções isoladas de artistas iniciantes, como o álbum “Cercos” do Xutos e Pontapés em 1985, uma das bandas que viria a alcançar grande sucesso no cenário do rock português<sup>190</sup>.

A possibilidade de um local onde possa haver apresentações e possíveis edições faz com que uma cena que seja incipiente, amadora, precária, consiga ao menos se desenvolver, buscar referências, ampliar o leque estético e, assim, procurar manter uma produção constante e de alguma

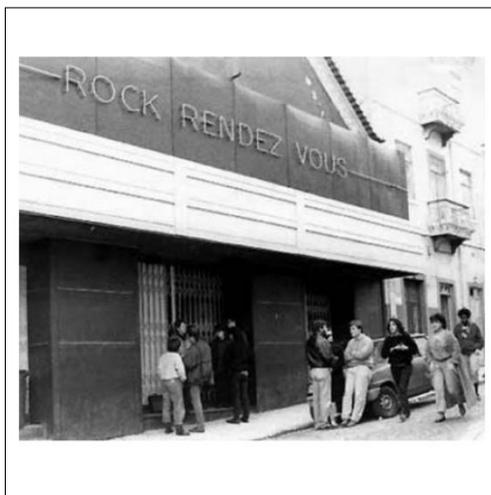
---

<sup>188</sup> Além de novas bandas, nomes estrangeiros também pisaram no palco do RRV levando a um público jovem e sedento por novidades um pouco do que acontecia em países como Inglaterra, França, Alemanha, entre outros. Bandas como Killing Joke, Teardrop Explodes, The Chameleons foram alguns dos que se apresentaram no local e deixaram marcas indelévels naqueles jovens que estavam no processo de formar bandas ou vagar pelo mundo da música. Incontestável também é o papel do Johnny Guitar na música local nos anos 1990. O espaço, idealizado por Zé Pedro, guitarrista do Xutos e Pontapés, surgiu numa tentativa de preencher o vazio que surgiu após o fechamento do Rock Rendez-Vous, como o único clube de *rock* que existia em Lisboa.

<sup>189</sup> Para mais informações <https://www.rtp.pt/programa/tv/p31570>. Acessado em 23/05/2023.

<sup>190</sup> Sêmen e Toca e Foge, os dois primeiros singles da banda foram lançados pela Rotação, selo criado pelo radialista António Sérgio, o “John Peel” português e que não chegou a durar dois anos. Depois, a banda ainda teria editado o single “Remar, Remar / Longa Se Torna a Espera” em 1984 pela Fundação Atlântica.

relevância em termos locais ou até nacionais. Salienta-se uma postura de inovação dos CMM, ou seja, a busca por grupos que pudessem mostrar algo de novo, exemplos do que acontecia nos subterrâneos da música portuguesa. Neles, a inovação também era “mandatória”, muitos grupos eram desclassificados das finais por serem considerados pelos jurados “cópias de grupos já existentes ou evidenciavam influências de projetos já sobejamente conhecidos do público” (“1985. 2º Concurso de Música Moderna no Rock Rendez Vous”, 1985, p. 5).



**Figura 14** - Rock Rendez-Vous, na Rua da Beneficência, 175, em Lisboa. Fonte: <https://tinyurl.com/38r7yevd>.

*[D]uas editoras independentes que carregam nos ombros a glória e a responsabilidade de os terem descoberto; em primeiro lugar a já extinta Fundação Atlântica; e em segundo lugar a Ama Romanta. Sem elas, sem a oportunidade que abriram e que outras editoras depois exploraram (...) as coisas poderiam estar de forma diferente. É necessário que aqui se reconheça também o papel que salas como o Rock Rendez-Vous e o selo Dansa do Som têm tido na descoberta de propostas novas. Com todas as limitações que têm de existir numa estrutura que vive da descoberta, o Rock Rendez-Vous e a Dansa do Som têm uma quota importante dos louros nas vitórias alcançadas este ano. Pelo palco daquela sala e pelas gravações ao vivo daquela editora passaram quase todos os grupos portugueses, ali tiveram um local par se mostrarem* (“O movimento perpétuo”, 1987, p. 3).

Com a proposta de ampliar os horizontes dos gostos musicais e dar voz a diferentes expressões, a ideia de estabelecer um selo gradualmente ganhava terreno em todo o país. A Facadas na Noite, por exemplo, destacou-se ao abrir portas para a colaboração entre bandas portuguesas e estrangeiras, introduzindo tipos musicais pouco convencionais até então, como a música eletrônica experimental. A gravadora, sendo a primeira de relevância nacional não diretamente associada a Lisboa, aspirava a ser um canal para a música experimental e radical, seguindo uma trajetória inversa ao que foi discutido até o momento. Em vez de ser apenas uma plataforma para bandas locais de

Braga, a Facadas na Noite tornou-se um farol para o que estava acontecendo dentro do estilo proposto em outras cidades portuguesas e em países como Espanha, França, Bélgica e Alemanha, entre outros. “Havia uma troca intensa de cassetes na Grécia, na Bélgica, na Inglaterra (...), uma cultura bastante consolidada, mesmo sendo o início dos anos 1980. Portugal só entrou muito tarde, e fomos pioneiros” (Jorge Pereira, em entrevista pessoal em 01/04/2022).

Não seria exagero aqui afirmar que algumas das gravadoras mais destacadas da cena experimental, industrial e eletrônica em Portugal, que emergiram a partir desse período, tiveram suas origens diretamente influenciadas pela Facadas na Noite. Selos como Ananana, Fast Forward, Kaos 7, Matéria Prima, Anti-Demos-Cracia, Johny Blue, Messerschmidt, Ritual de Sombras, SPH, Simbiose, Tragic Figures - esta última explicitamente criada na esteira da gravadora bracarense - surgiram por todo o país, compartilhando a mesma abordagem de promover lançamentos locais e apresentar ao público português as mais recentes experimentações musicais.

Em 1985, o Jornal Blitz relatava, em uma análise do ano musical em Portugal, que “não se distingue, pelo menos ainda, nenhuma magnificência capaz de fazer coisas bonitas com o nome do país orgulhosamente escrito no céu a néons coloridos” (Rui Monteiro, 1985c, p. 18). No entanto, mais adiante, destacava que o comportamento dos músicos nacionais estava se transformando, recusando imposições do grande mercado e demonstrando um crescente desejo de gravar e lançar álbuns. Com o aumento gradual da cobertura da imprensa, o cenário indie conseguia chamar a atenção de jovens ávidos por encontrar maneiras de se integrarem através da música e ter um meio para se expressarem.

*[N]otou-se este ano a preocupação de alguns músicos, constrangidos a participarem no circuito comercial, em não abdicarem de princípios morais, isto é, perante a necessidade de divulgar o seu trabalho através do comércio da música popular, alguns procuraram ampliar até o limite das possibilidades a dignidade da sua integração no “circuito”* (Rui Monteiro, 1985c, p. 18).

A disseminação do acesso à produção musical, impulsionada pelo entusiasmo juvenil, estendeu-se por todo o país. Novas bandas ocupavam bares e locais onde houvesse a mínima oportunidade para a prática musical. Esse fervor se espalhava gradualmente, impulsionado pela troca e pelo contato entre bandas de diferentes regiões nos Concursos de Música Moderna. Vários concursos semelhantes surgiam em diversas cidades portuguesas, atraindo a atenção de empresas, emissoras de televisão e rádio. Eram iniciativas acessíveis financeiramente, proporcionando às novas bandas espaço e visibilidade. Um exemplo notável foi o Bar Ben, que, nos primeiros anos da década de 1990, tornou-

se um núcleo importante para a futura cena das Caldas da Rainha, promovendo competições entre bandas.

Os concursos, além de servirem como ferramenta óbvia de divulgação, também incentivavam as bandas a terem contato precoce com gravações no espírito do do-it-yourself, a fim de terem material para apresentação. Essa ocupação dos espaços foi crucial para a movimentação nas Caldas da Rainha, que, embora não tenha sido a primeira cena fora do eixo Lisboa-Porto, certamente causou um impacto significativo internamente naquele momento. Em Caldas da Rainha, indivíduos que frequentavam os primeiros concertos da cena foram motivados por visionários como João Paulo Feliciano a formar bandas, utilizar espaços e promover a música da maneira que fosse possível.

A Moneyland Record\$, apesar de ser uma produtora de pequeno porte, desempenhou um papel fundamental na absorção de novas influências no cenário indie português e na forma como uma pequena comunidade se apropriou de espaços para a prática musical, ganhando destaque em todo o país. O trabalho do selo foi crucial para lançar as bases do surgimento de agentes, ajudando a fomentar novas, diversas e possíveis cenas no interior do país, baseadas na cooperação e no espírito comunitário. Embora a Moneyland Records tenha tido apenas seis edições “oficiais”, seus eventos conseguiam chamar a atenção da imprensa nacional, notadamente o Jornal Blitz. A série de concertos Moneyland Comes Alive tinha como objetivo principal divulgar as bandas associadas ao selo e outras fora desse universo. Essa espécie de "caravana rock" viajava frequentemente para outras cidades do país. Além de proporcionar oportunidades para que esses grupos se apresentassem, havia um efeito de contágio em diversos jovens que viam nesses eventos uma possibilidade de também se destacarem. Assim, formavam bandas ou possibilitavam gravações, mantendo o gênero em constante efervescência.

Nessa movimentação, bandas surgiam ao mesmo tempo que gravadoras indie se proliferavam e fortaleciam seus nichos. Mesmo a Moneyland Record\$, com poucos lançamentos, era alvo de desejo de novos grupos como o Damage Fanclub (que terá forte ligação mais adiante com a Bee Keeper). “[N]ão sou capaz de pensar noutra editora em que gostasse tanto de estar como na Moneyland” (Pedro Baptista como citado em Cadete, 1995, p. 18). As gravadoras indie permitiam às bandas e fãs de alguma forma replicar o ambiente musical “alternativo” que existia em outros países e fazer com que esses atores sentissem que havia uma cultura feita para eles e por eles no país. O chamado

“amadorismo”, a cultura *do-it-yourself*, permitiam que bandas com recursos precários terem oportunidades de se expressarem via fonogramas ou concertos. E até mesmo de serem apresentadas em veículos de imprensa, como o Jornal Blitz.

Tal movimento se replicou, por exemplo, no que foi visto na Bee Keeper, em Lisboa. A cartografia do selo lisboeta reforçava este novo interesse de Portugal naquela linguagem com bandas de Castelo Branco (Mammies & Kids), Barreiro (Gasolina, Toast), Alcobaça (Forretas Ocultos), Montijo (Mushroom Revolution), entre outras. O toque artesanal das produções dava a medida de que se tratava de um grupo de jovens que queria ser diferente do *status quo*. Queriam se manter pequenos, de fácil controle, de nicho. Mas, ao mesmo tempo, possibilitando meios e espaços para estes nichos. “Em Portugal, ninguém fazia as coisas que eu gostava de ver. Então porque não fazê-las (sic) eu?” (Elsa Pires, como citada em Catalão, 1996, p. 3).

*A intenção de Elsa era só editar as primeiras cassetes das bandas que giravam a volta dela, dos amigos, as pessoas conhecidas, não era muito mais do que isso no princípio. Depois claro que a coisa foi evoluindo para outros formatos e para outras bandas que nós recebíamos material, ou que víamos o concerto e gostava. Algumas tivemos grande retorno e exposição na Blitz, por exemplo* (Fred Ferreira em entrevista pessoal em 10/10/2019).

Enquanto isso, outras regiões do país buscavam demonstrar que também poderiam participar ativamente no cenário musical. Coimbra se destaca como um caso duradouro de iniciativas do gênero em Portugal, principalmente com a Lux Records. A presença deste selo permitiu que a produção musical local fosse ouvida em todo o país, fortalecendo a ideia de que não era necessário estar em Lisboa ou no Porto para ter voz no cenário musical português. A Lux Records não apenas se dedicava à edição musical, mas também adotava métodos sustentáveis para manter suas atividades, como a realização de concertos para chamar a atenção da imprensa nacional para o que estava acontecendo em Coimbra. A presença da Kaos Records na cidade e a infraestrutura combinada com a Rádio Universidade de Coimbra facilitavam esse processo. “[E]ste cosmopolitismo cultural estruturou a paisagem urbana de Coimbra (...) moldando toda uma estética e expressão artística contra o aborrecimento e a estagnação sentida localmente” (P. E. A. Martins, 2013, p. 47). A história da Lux Records entrelaça-se com a da música coimbricense nas últimas décadas, absorvendo a intensa e desorganizada movimentação local e tornando-se um farol para uma intensa agitação artística, agregando à cena e, ao mesmo tempo, notabilizando-se a partir dela (R. M. Abreu, 2013). Ser um meio de expressão para divulgar a música fez da Lux um guia para as produções coimbrãs, democratizando desde o princípio a produção musical. Para Rui,

*a Lux impulsionou algumas bandas no sentido de que elas precisavam de um primeiro disco, de um empurrão para começarem. Algumas não seguiram porque não conseguiram editar pela Lux. Os primeiros passos de uma banda são geralmente determinantes para a longevidade dela. E em alguns casos precisei optar por questões de verba e que acabou não tendo um disco ou single pela Lux ficou pelo caminho (Rui Ferreira em entrevista pessoal em 04 de fevereiro de 2022).*

Rui desempenha um papel fundamental como o principal financiador dos processos de gravação e edição dos álbuns, enfatizando, no entanto, a importância de envolver as bandas nessas etapas, promovendo a troca de ideias e tarefas.

*[T]odos os músicos estão envolvidos na produção dos discos. Sabem o que está a acontecer, se o disco vende ou não vende. São desafiados para participar nos esquemas de promoção: há uma abertura, não uma clivagem, entre músicos e editores, devidamente regulados no seu lugar; há uma partilha de trabalho (Rui Ferreira como citado em Sardinha, 2003, p. 12).*

A participação da Flor Caveira é igualmente crucial nesses processos de democratização musical, apresentando uma perspectiva ainda mais específica e peculiar. Destaca-se por promover não apenas a inserção de um nicho específico, mas por elevar à categoria de "pop" a produção musical de uma comunidade religiosa, sem conotações pejorativas ou propagandistas. Desde o início, os artistas do selo buscaram formas singulares de reconfigurar influências externas com elementos tradicionais portugueses, criando novas linguagens atrativas tanto para a comunidade evangélica quanto para o público em geral. Em contraste com a tendência predominante entre artistas nacionais de buscar a difusão internacional para replicar o que ocorria no exterior ou explorar novos mercados, a Flor Caveira adotou uma abordagem inversa. Propôs que o português e Portugal pudessem novamente ser fontes de inspiração para uma nova sonoridade no país, mantendo-se como herdeiros do rock português dos anos 1980 (Henriques, 2018).

O selo aspirava criar uma identidade reconhecível tanto para os fãs de rock quanto para os portugueses mais conservadores. Fundindo fado, folclore, hardcore, punk e elementos religiosos, a Flor Caveira se posicionava contra a massificação – na visão deles – demasiadamente estadunidense na música local e o uso do inglês, mesmo se autodenominando como “a mais estadunidense das gravadoras portuguesas” Para o selo, essa influência vinda dos Estados Unidos deveria se aplicar nas majoritariamente nas práticas, usando essas referências para uma música que representasse o local.

*Eu sou atraído gente ideologicamente diferente de mim. Pela ousadia. Hoje está muito diferente. Talvez eu não devesse ouvir essa música pois ela fala sobre coisas que eu não acredito, mas a maneira ousada como aquilo era feito me dizia muito. Ainda hoje*

*meus heróis são grandes pagãos e grande cristãos* (Tiago Guillul em entrevista pessoal em 08/02/2022).

Segundo Henriques (2018), não havia desde os anos 1980, uma música pop que quisesse ser tão reconhecida como portuguesa e essa atitude vai influenciar decisivamente uma geração de músicos na década seguinte que culmina na formação de alguns selos indie em Lisboa como Cafetra, Xita, Cuca Monga entre outros. “Não íamos para os shows das bandas da Flor Caveira, aos eventos, para “absorver influências”. Íamos porque curtíamos” (João Marcelo, músico, em entrevista pessoal em 03/02/2022). No plano imediato foi responsável pela Amor Fúria uma espécie de “selo satélite”, muito próximo à Flor Caveira e que funcionava também como uma agência para concertos. Ao mesmo tempo, foi das primeiras gravadoras indie portuguesas a utilizar para a comercialização (ou somente divulgação) dos seus artistas nos vários canais que surgiam com as novas tecnologias como salas de bate papo, *m/RC* e principalmente o Myspace.

Já no anos 2000, a revolução do mp3 no mercado musical transformava a maneira como as pessoas consumiam e apreciavam música a uma velocidade sem precedentes. Nesse contexto, os novos selos que emergiam naquela época buscavam integrar essa realidade aos princípios do indie, visando permanecerem contemporâneos e financeiramente viáveis.

A Bor Land, por exemplo, com “April”, do Old Jerusalem, em 2003, a gravadora portuense começava a ser vista como um grande farol da música independente portuguesa. O selo se expandia também pela promoção, agenciamento de bandas, edição de fanzines, além de contatos para a distribuição estrangeira dos álbuns. Foi uma das primeiras gravadoras indie portuguesas a trabalharem diretamente com a internet e a ter um relacionamento próximo e não combativo com a imprensa musical local. Já nos anos 2000, ampliava a presença online com a venda mais barata de fonogramas pela internet talvez prevendo o decréscimo da comercialização das vendas físicas que marcaria o começo do novo século. A Bor Land também operava dentro de um nicho fiel, conquistado pelas sonoridades que divulgava e que ampliavam o panorama musical português, aplicando aos seus fonogramas uma chancela de qualidade que era referendada pela alta cobertura da imprensa musical (com destaque para o jornal Blitz) na época.

Tanto a Bor Land quanto a Low Fly mantinham acordos com estúdios locais para servirem de “quartel general” e ponto de partida para as edições dos selos. Neste trabalho, além de terem um espaço para o registro, havia uma espécie de responsabilidade social desses selos em prover

condições para novos que grupos tivessem contato com os processos de gravação e de edição de um álbum ajudando a forjar uma mentalidade mais profissional também nestas bandas.

*Os Forretas Ocultos era uma banda que eu adorava e sabia que ninguém daria espaço a eles. Não havia apelo comercial, mas a música era excelente. Ninguém acharia que poderia fazer dinheiro com eles ou com outros grupos que editei pela Low Fly (Esgar Acelerado em entrevista pessoal em 21/10/2021).*

O cenário do começo do novo século indicava que a música indie portuguesa poderia esquivar-se da tendência de irregularidade mercadológica e ampliar os horizontes estético-sonoros. Com a internet e a consequente (e ainda incipiente) profissionalização ou tomada de métodos mais profissionais por parte dos selos indie, a diversidade marcava ainda mais as edições no novo século, com a “normalização” do uso da língua que se desejasse cantar e a absorção de outras influências como a música eletrônica, a africana e a sul-estadunidense, em especial a brasileira.

Festivais como o Barreiro Rocks, organizado pela Hey, Pachuco!, reforçavam a tendência de que, além da facilitação da produção musical, era imperativo para os selos a constante exposição. A iniciativa de criar um evento dessa magnitude estava diretamente relacionada à escassez de acesso a produções locais e eventos culturais no Barreiro. “Tudo foi realizado com base no *do-it-yourself*, sem recursos, com o apoio da nossa comunidade” (Carlos Ramos, músico, em entrevista pessoal em 15/04/2021). O trabalho da Hey, Pachuco! persiste em mostrar que não é necessário cruzar o rio Tejo em direção a Lisboa para assistir a um concerto ou adquirir um disco. A intenção continua sendo transformar o Barreiro em um polo cultural, enfatizando que pode haver uma cena cultural na cidade, mantendo a ideia de “nutrir a comunidade, estar com as pessoas” (Carlos Ramos, músico, em entrevista pessoal em 15/04/2021) e/ou expandindo audiências, como evidenciado no programa Jovens Músicos<sup>191</sup>. Isso merece destaque, pois estamos falando de um território a poucos minutos de Lisboa, a capital e principal centro cultural, social e econômico de Portugal. É comum que o Barreiro seja percebido como uma “cidade dormitório”, onde as pessoas têm suas residências, mas trabalham e mantêm atividades sociais e culturais do outro lado do Rio Tejo.

Todas as gravadoras descritas nesta investigação funcionam como plataformas de comunicação e de documentação do que acontece na música portuguesa. Algumas, como a Lovers & Lollypops conseguiram expandir as fronteiras sonoras e geográficas sendo “abrigo” para projetos com

---

<sup>191</sup> Ver subcapítulo 4.6.

vieses mais exploratórios e experimentais. Isto reflete-se também na postura de vanguarda com que lidam com os negócios. “Havia um pensamento muito claro de dar voz a bandas que não tinham possibilidades. Ou pelo menos organizar numa estrutura todos esses artistas e pessoas, conectá-las e que juntos tivessem uma oportunidade” (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 20/01/20). À esteira do trabalho da Lovers & Lollypops e de um sentido de cooperação com a comunidade que a rodeia, um cenário de bandas e atores se expandiu exponencialmente nos últimos 15 anos e se descobriu importante e participativo dentro da economia local. Não raro, o selo promove eventos que vão além de concertos, como de capacitação de novos agentes, de promoção de ideias, de utilização de espaços. São passos em direção à novas possibilidades de sustentação e renovação da música indie local, como a elaboração de rádios comunitárias, fanzines, feiras, workshops, atividades sociais, entre outros.

Assim, ajuda a gerar uma significativa “quantidade de artistas e nova música e novas ideias que daria para preencher nosso calendário nos próximos cinco anos” (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/21). Esse quadro desenvolve-se a partir de uma intensa troca com o território e a tentativa de atenuar a falta de infraestrutura local. Segundo Durães, só depois de algum tempo e persistência alguns locais começaram a perceber que havia um público novo que estava interessado naquele tipo de música que promoviam e, gradativamente, foram conquistando mais espaço. Aí começou o rastilho ou pelo menos começaram a entender que havia algo consistente para trabalhar (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/21). A gravadora portuguesa influenciou diretamente outras que viriam logo depois como Revolve, Omnichord Records e Zigur Artists, cada uma em diferentes cidades de Portugal. A postura mais moderna da Lovers & Lollypops fez com que o selo pudesse expandir também seus locais de venda, por exemplo, estabelecimentos de restauração, fazendo as edições chegarem a mais público. Promove também uma intensa troca com outras audiências e bandas de fora de Portugal, abrindo espaço para as suas produções. As histórias dos selos surgidos em localidades menores se confundem entre si. Seja Lamego, Leiria ou Guimarães, essas gravadoras têm, além de todo o trabalho intrínseco a um selo indie, são dinamizadores da cultura local promovendo o turismo e a renovação de públicos, na esteira do que estimulou a Lovers & Lollypops.

A Zigur Artists, para fazer parte desse circuito alternativo que começava a se organizar e se mostrar viável e sustentável, foi pensada para se tornar uma marca da cultura da região, pautada na diversidade musical e estética. Tem uma trajetória similar a da Revolve, baseando-se na exploração da

cidade como palco e vitrine para seus artistas, com eventos em Lamego mesclando bandas locais com de outras cidades a fim de gerar contatos e uma rede de *network* e autoajuda. Este tipo de movimento gerou um dinamismo e uma onda de criatividade na cidade. Outras bandas foram surgindo e, aos poucos, Lamego foi formando uma cena musical que em algum momento precisaria ser “exportada” para o resto do país. Como nenhum selo se mostrou interessado nos projetos locais, a saída foi criar um para que pudesse dar vazão aquela movimentação.

*Vamos criar uma marca e impulsionar esse trabalho em conjunto. Foi o que acabou resultando na criação da Zigur Artists. Vontade de colocar no mercado trabalhos e profissionalizar o setor aqui que já estava trilhando esse caminho pelo país. O critério era editar coisas que ainda não eram conhecidas e que achávamos que tinham qualidade. E talvez só precisassem de uma plataforma descomprometida para terem uma visibilidade inicial. (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

A Zigur Artists foi “incubadora” não só de projetos musicais, mas também editoriais. Alguns antigos membros do selo partiram para iniciativas próprias fundando outras gravadoras pelo país como, por exemplo, Saliva Diva<sup>192</sup> no Porto, e Zabra<sup>193</sup> em Lisboa, que atuam em campos que vão do *rock*, pop até a música eletrônica. Bandas que iniciaram carreiras com edições pela Zigur Artists estão espalhadas por outros selos de renome no país. E “sucesso” no meio indie pode ser medido pelo tipo de meta que se estabelece, então a Zigur Artists cumpre o papel pretendido no início: uma plataforma de apresentação de novos talentos que combina a edição e a apresentação destes projetos ao vivo, além do incremento a uma cena visando a sua expansão para o resto do país.

Neste panorama de afluência de projetos indie pelo país no início da última década, para se destacarem, vindo de um território pequeno e sem tradição na música contemporânea, foi preciso aplicar uma estética profissional, da gravação a divulgação passando pela edição e a necessária comunhão com outros setores da cidade. A Zigur Artists queria fazer parte daquele circuito de um “médio mercado” que aparecia em Portugal, impulsionado pela Lovers & Lollypops, ou seja, que tivesse algum poder de penetração sem precisar de grandes investimentos. Nem banda de garagem, nem mainstream, porém sustentável e democrático.

*Por volta de 2008, 2009, começava a aparecer um setor intermédio que é liderado essencialmente pelo Linda Martini, Black Bombaim, bandas que a ganham um certo tipo de relevo, mas não é mainstream, nem são bandas de garagem. Tem um certo*

---

<sup>192</sup> <https://salivadiva.bandcamp.com/>. Acessado em 13/09/2022.

<sup>193</sup> <https://zabrarecords.bandcamp.com/>. Acessado em 13/09/2022.

*nível de profissionalismo. E esse setor começa a se formar nessa altura também impulsionada no norte de Portugal pela Lovers & Lollypops, Amplificasom (produtora de eventos), que movimentam o país com concertos, festivais, trazendo bandas de fora de Portugal etc. (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

A Zigur Artists almejava ser uma plataforma de incentivo para as bandas locais e, ao mesmo tempo, um hub criativo e longo na região. A gravadora de Lamego queria se transformar num selo de qualidade para a música que vinha da cidade funcionando na lógica de entreatada entre um conjunto de pessoas que circulava em torno da sala de ensaios e dos eventos colaborando para criar de forma financeiramente viável um ambiente que proporcionasse a edição livre e criativa, com peças que pudessem espelhar a efervescência da região.

*Aos poucos, trabalhávamos de forma mais profissional, mais coletiva, e dávamos a oportunidade a bandas iniciantes de ter um primeiro disco. Acreditamos em lançar bandas, num estágio “pré grande gravadora” ou editar discos físicos, em investir dinheiro para rentabilizar trabalhos. Nós alavancamos, damos a primeira oportunidade, queremos ser uma passagem (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Em Guimarães, no caso da Revolve, o desejo era de criar um público consumidor de música independente na cidade. A agitação promovida pela até então agência gerou bandas e projetos o que a levou a se tornar uma gravadora captando aquela movimentação na forma de fonogramas. Duas estratégias que se complementaram a fim de recolocar Guimarães na rota musical do país como fora nos anos 1980, quando a cidade, assim como todo o país, fora “invadido” pela explosão do *rock* nacional. “Desde então houve um vazio muito grande em relação a eventos ao vivo. Queríamos algo que saísse do genérico, que fosse novidade e trouxesse um pouco de frescor para cá” (Rui Dias, Revolve, em entrevista pessoal em 04/05/2022). Com isso, Guimarães é hoje uma cidade modificada. De única produtora, a Revolve viu nascer durante os 12 anos de existência outras similares que ajudam a avivar o panorama artístico da “Cidade Berço” que, aos olhos do resto do país, está inserida no contexto cultural português. Apesar de não possuir grandes orçamentos, a Revolve consegue ter uma base regular de edições que são mantidas pela venda direta e pela geração de recursos que os festivais e demais eventos promovem. É determinante na disseminação da música independente vimaranense, além de atrair projetos de outras localidades que querem se associar a ele vendo no selo um espaço criativo e possível para diversas estéticas musicais

*Nós queremos dar liberdade aos músicos para que possam descobrir o processo, e nós próprios também descobrimos o que será melhor para cumprirmos com a nossa missão. Mas sobretudo dar-lhes nome, dar-lhes palco, e dar-lhes voz. (Rui Dias, Revolve, em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

Em Leiria, uma cidade com um notável histórico cultural em Portugal, as pequenas movimentações entre os jovens (e até crianças) locais desempenharam um papel crucial para o surgimento da Omnichord Records. Dentro desse ambiente rico em possibilidades, incentivado pela gravadora, a Omnichord Records atua integrando a produção artística e cultural com educação, promovendo novas abordagens para essas atividades. Isso proporciona aos indivíduos locais a oportunidade de se dedicarem à música com profissionalismo e liberdade, sem a necessidade constante de deslocamentos para a capital. Além disso, a gravadora propõe métodos e práticas que harmonizam organização e afeto, buscando estabelecer entre os artistas um círculo de pertencimento. Mesmo com a diversidade sonora entre as bandas, a Omnichord Records se destaca como uma entidade “coesa” e inovadora, sendo uma alternativa concreta para projetos leirienses, predominantemente.

*Há cada vez mais cada vez há coisas tão importantes quanto a música. A comunicação e a forma como a música chega às pessoas é um fator absolutamente decisivo. Nós temos que saber realmente onde é que está a música. Todos os dias aparecem milhões de músicas no Spotify. Como é que alguém vai olhar para a nossa? (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020).*

A gravadora foi o catalisador de um ambiente de autoajuda, de descoberta e de exploração do território como palco para atividades culturais, músicas e educacionais, como num “mundo da arte”. A Omnichord representa um dos pontos de viragem na música indie portuguesa. Replicou no seu dia a dia novas abordagens, modos mais profissionais de se lidar com a música, sem renunciar a ideologias e sem descuidar do local, da proximidade com os artistas. E ainda faz repensar o conceito de “independência” dentro dos novos tempos em que vive indie.

*A Omnichord nasce de uma experiência libertária e eclética e se baseia em movimentos culturais de cidades como Reykjavik ou Manchester tinha que acontecer mesmo da forma que se montou assentou na observação do que havia em Leiria, na ida às escolas para conhecer as bandas dos miúdos e depois acompanhá-los e ligar aos restantes projetos que já existiam. Também é ter ao lado pessoas que já trabalhavam há alguns anos no sector a ajudarem ao processo, desde a gravação à masterização, desde o roadie<sup>194</sup> à comunicação. Tudo em plena liberdade criativa, fazer mais e melhor (Hugo Ferreira, Omnichord Records, entrevista pessoal, 05 de novembro, 2019).*

---

<sup>194</sup> <https://www.guiadasprofissoes.info/profissoes/roadie/>. Acessado em 12/10/2022.

Os anos 2010 trazem uma peculiaridade que vem reafirmar modos de produção totalmente baseados no trabalho colaborativo, o *do-it-together* e imprescindíveis ao indie. A gestão em forma de coletivos é um passo adiante no que já visto aqui com selos como Bee Keeper ou Flor Caveira e um modo de ultrapassar dificuldades financeiras e a precariedade. Em um país imerso em uma profunda crise econômica e na austeridade, entre as décadas de 2000 e 2010, era necessário criar alternativas para o consumo musical e para o lazer. Um escape para uma realidade que não permitia grandes perspectivas. Os anos 2010 marcaram de certa forma um renascimento da “música moderna portuguesa”, uma irreversível onda de novos projetos que apareciam por todo o país. Selos que captavam e estimulavam diversas formas de expressões musicais de jovens que viam na música uma das saídas para o cotidiano depauperado da época.

São Iniciativas geridas a partir da visão 360° que vai da gravação, edição, o agenciamento de concertos e demais necessidades dos artistas. Essa comunhão também se observa nas suas estruturas. São exemplos destas práticas também os selos lisboetas Cafetra Records a Xita Records e Spring Toast. Dividem salas no prédio da Interpress na região central de Lisboa, no Bairro Alto, célebre zona boêmia da capital. Lá ensaiam, gravam e editam discos. Além disso, é onde funcionam os escritórios da Maternidade e Filho Único, facilitando a interação e a cooperação.



**Figura 15** - Um dos estúdios localizados no prédio da Interpress, em Lisboa. Fonte: <https://fetraphotos.tumblr.com/>.

Além disso, trata-se de uma geração que, assim como observado na Flor Caveira, surge com a ascensão do Myspace. Eles fazem uso das plataformas contemporâneas, como o Bandcamp, para conquistar fãs, promover e vender discos. Enfrentando o desafio da precariedade, realizam concertos em diversas áreas de Lisboa e do país, revitalizando locais desprovidos de estrutura para a prática

musical. Essas práticas refletem uma renovação no cenário independente de Lisboa, caracterizada por uma estética de colaboração e pela criação de uma nova “linguagem e forma de expressão do grupo: despreocupada e adolescente, feita por eles e para eles mesmos” (Henriques, 2018, p. 25). São representantes de uma nova cena musical urbana que busca não apenas a popularidade, mas também a democratização da produção musical, inseridos em um ambiente mais competitivo – a capital – em comparação com cidades menores.

*Estamos a falar em música popular portuguesa. Esse pessoal da Cafetra e afins faz música popular portuguesa. É possível traçar uma timeline desde o Zé Afonso, o Zé Mário Branco, que passa pela FlorCaveira e Amor Fúria, que passa pelo B Fachada, e que agora chega na Maria Reis, Pega Monstro, Éme. Portanto é possível falar em música popular portuguesa (Mariana Duarte, jornalista, em entrevista pessoal em 25/03/2022).*

É crucial destacar que os selos que surgiram no final da primeira década dos anos 2000 e no início da década seguinte foram criados por jovens que cresceram juntamente com plataformas digitais, como as redes sociais. Esse convívio online ajudou essas gravadoras a expandirem seu alcance. As amizades que se iniciavam em concertos muitas vezes se estendiam para as redes sociais, criando redes de cooperação e compartilhamento de ideias. Nesse contexto, o Myspace e o Facebook desempenharam papéis importantes na construção dessa familiaridade. A formação de um circuito não apenas musical, mas também afetivo, foi crucial para que essas iniciativas se transformassem não apenas em selos, mas em espaços de expressão e construção de amizades. Ambientes nos quais as trocas ocorrem de maneira ágil, os processos são realizados de forma mais inclusiva, contribuindo para a diversificação da oferta musical e a busca por audiências mais amplas.

*Aconteciam muitas coisas ao mesmo tempo. Além da minha vontade de falar com as pessoas, ouvir o que elas têm a dizer, a tocar e achar que essas pessoas gostam do mesmo tipo de música e de linguagem que eu. Essas pessoas só podem ter coisas interessantes a dizer (Manel Lourenço em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

## **5.2 PROSPETIVA FUTURA**

Neste capítulo, examinou-se o papel dos selos indie portugueses na democratização não apenas da música em si, mas do acesso a ela, abrangendo a edição, audição, produção e capacitação de novos agentes. Todos esses esforços visam aumentar a oferta e criar mercados para a música local. As gravadoras selecionadas para esta pesquisa têm como função primordial democratizar a música: 1) no modo de produção, como alternativa às grandes gravadoras no mercado; 2) ao serem próximas de

seus nichos, promovendo-os; 3) ao possibilitar que bandas acessem a edição musical e tenham maior contato com o mercado fonográfico e outros artistas; 4) representando uma inovação ou um avanço em relação às chamadas independentes que possuem esquemas de funcionamento semelhantes aos das grandes gravadoras, ponto que será discutido mais detalhadamente em capítulos subsequentes.

Verificou-se que, longe de seguir uma trajetória linear, há uma cronologia, uma sequência que conecta esses selos entre si, como se cada um fosse não apenas uma continuação, mas uma espécie de “evolução” em termos de práticas, relacionadas ao contexto sociopolítico e econômico em que surgiram. Do pioneirismo da Fundação Atlântica, Ama Romanta e Dansa do Som, passou-se para o desenvolvimento do interior por meio da música, acompanhando as tendências e a modernização do país, representados por iniciativas como Facadas na Noite, Moneyland Record\$ ou Lux Records. Esses foram embriões para a geração mais profissional e atenta aos novos tempos de plataformas e desmaterialização musical, como Lovers & Lollypops, Revolve e Omnichord Records.

Observa-se a consolidação do “faça junto” como prática indispensável, especialmente em cidades como Lisboa, onde a competição por espaços é mais acirrada. Além disso, percebe-se, ainda de maneira incipiente, o desenvolvimento de outras características essenciais para o cenário indie em Portugal, que serão analisadas mais profundamente nos próximos capítulos. Além da já mencionada profissionalização de táticas e estratégias de mercado, transformando-se em negócios dentro do que o indie propõe, eventos e festivais, a exploração do território, o desenvolvimento social e educacional, bem como o combate à precariedade e à falta de recursos, vão sendo implementados ao longo dos anos.

Antes de explorar esses avanços, é crucial destacar que, embora algumas iniciativas tenham se baseado no espírito do faça-você-mesmo (do-it-yourself) e no desejo de replicar em Portugal o que o punk havia ensinado décadas antes, é evidente que, impulsionado pela escassa perspectiva oferecida pelo país, o trabalho colaborativo se expande e, simultaneamente, estimula a organização que observamos atualmente. A capacitação para novas carreiras, que teve início de maneira predominantemente amadora, adquire uma abordagem metódica e sistemática para que o cenário independente no país possa ser sustentável. A divisão de tarefas e funções mais específicas e focadas é reconhecida pelos selos indie como essencial para consolidar um mercado de porte médio. O “faça em conjunto” torna-se tão ou mais crucial do que o fazer individual, pois cria laços sociais e comunidades em torno da música, promovendo não apenas a divulgação da arte, mas também da cena à qual pertence. Seguindo Oliveira (2020), é possível estabelecer que esse tipo de trabalho

colaborativo, fundamentado na divisão de responsabilidades e no apoio mútuo, cria ambientes propícios à solidariedade, colaboração em equipe e cuidado coletivo, desenvolvendo habilidades e abrindo portas para carreiras no campo musical.

## 6. O DO-IT-YOURSELF TRANSFORMA-SE EM DO-IT-TOGETHER

*Caracteriza-se, portanto, por uma elevada dose de autonomia, assente em processos democráticos de produção, por ser não-comercial e sustentar-se, grosso modo, em voluntários.*  
(Guerra, 2019c, p. 292)

### 6.1 AS GESTÕES DIY E DIT

Todas as iniciativas investigadas nesta tese, visam a democratização, novos métodos de atuação no mercado fonográfico, a exploração territorial e a projeção internacional da música, ou seja, a expansão das fronteiras musicais portuguesas. Ainda, compartilham um ponto comum: a gestão por meio de práticas fundamentadas no faça-você-mesmo (*do-it-yourself*) e, mais recentemente, no faça em conjunto (*do-it-together*). Se esses conceitos foram desenvolvidos e explorados em capítulos anteriores, agora serão examinadas as aplicações deles e suas consequências no funcionamento e nas abordagens adotadas pelas gravadoras nesta pesquisa. Além disso, serão analisados os efeitos do faça-você-mesmo e do faça-junto para novos procedimentos na música local e como essas práticas se refletem nos territórios e no mercado português. Essas éticas, conforme apontado por Guerra, representam *habitus* e *ethos*, permitindo que os consumidores, enquanto indivíduos, participem ativamente da produção e dos processos musicais (Guerra, 2018, p. 4). A partir disso, comunidades adquirem características distintas e singulares, criando espaço para a liberdade criativa, experimentação sonora, estética e estratégias de mercado conscientes do território. O faça-você-mesmo e o faça-junto significam empoderamento e a possibilidade de mudanças de vida e/ou de cenários mais atraentes e lúdicos (Guerra, 2020b).

Essas duas práticas são reflexos da necessidade do sujeito pós-moderno em produzir seu próprio conteúdo para se destacar e, conseqüentemente, criar seus meios para espalhar cultura (Maffesoli, 2014; Oliver, 2010). Esse sujeitos se agrupam em torno de afinidades e gostos semelhantes que, juntos, têm maior capacidade de decisão, sendo “células criativas” com mais controle sobre o dia a dia (Maffesoli, 1998). A expansão dos selos indie e dos seus modos de gestão baseados na comunidade e no combate à precarização, criam empreendedores, influentes criadores e fomentadores de carreiras e de inclusão na indústria cultural local.

*A volta disso havia um espírito de comunidade e de partilha, “toda a gente pode fazer”. Ou mais do que isso: “toda a gente deve fazer”. E se não sabe tocar, faz um fanzine, e se não é bom a escrever, pode organizar concertos... Esta cultura de “faz tu mesmo” e de criar uma comunidade a volta da música que tu gostas e que tu faz da forma como tu sabes e participas da forma como tu consegues para mim foi muito inspirador*

*porque me fez sentir incluído e ativava meus interesses todos* (Quim Albergaria, músico citado em Ferreira & Clérigo, 2015).

Esses movimentos criam espaços

*autocapacitados, de ajuda mútua e organizações sociais alternativas. (...) Ou práticas associativas e recreativas organizadas pelos próprios participantes num processo de empoderamento e capacidade de impacto no projeto de vida pessoal e na luta pela igualdade de gênero* (A. Oliveira et al., 2016, p. 792).

Não se busca aqui afirmar que as trajetórias no âmbito dos selos indie sejam completamente estáveis e consolidadas. A incerteza que permeia a construção de uma carreira na música e a prevalência da precariedade caracterizam esse meio. Diante desse contexto, torna-se essencial a autonomia e o engajamento direto em tarefas que são desmistificadas de maneira “transcultural ou interdisciplinar” pelos selos indie (Guerra, 2018, p. 13). São, como Guerra (2018) descreve, “trabalhadores culturais<sup>2</sup>, mesmo que o retorno financeiro não seja imediato. A questão central reside na capacidade de desenvolver universos musicais e o próprio eu simultaneamente, por meio de formas novas e criativas de empreendedorismo. A autora ainda argumenta que na atualidade, a produção cultural configura-se como uma teia de pequenas entidades culturais independentes e autônomas. Esses coletivos e pessoas optam pela independência como meio de alcançar autonomia artística, ao mesmo tempo em que não se recusam a estabelecer conexões com empreendimentos culturais de maior escala (2020b).

*Funcionamos na lógica de redes de entre ajuda. Aquele conjunto de pessoas que ia para aquela sala de ensaios ou que estava envolvido nos concertos colaborava para criar de forma financeiramente viável peças que tivessem qualidade, bom trabalho gráfico. O João Pedro Fonseca, artista plástico, que faz parte da Zigur Artists era quem fazia as capas dos álbuns. Produzíamos capas de autor específicas para cada lançamento. Aos poucos, trabalhávamos de forma mais profissional, mais coletiva, e dávamos a oportunidade a bandas iniciantes de ter um primeiro disco* (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).

As iniciativas examinadas neste estudo surgiram inicialmente com o intuito de emular em Portugal as aberturas proporcionadas pelo punk e desenvolvidas pelo pós-punk, impulsionadas pela limitada perspectiva cultural do país. Ao longo dos anos, com uma compreensão mais abrangente do mercado e a percepção da necessidade de estabelecer ecossistemas mais sustentáveis, a colaboração entre os selos indie expandiu-se. Esse crescimento não apenas contribuiu para a atual organização entre eles, mas também evidenciou a importância da estruturação dos trabalhos para a sobrevivência desses selos. Essa estruturação é crucial para a adaptação contínua, permitindo que os selos

aprendam com a prática, inovem e estejam aptos a buscar apoios governamentais ou de grandes empresas. Essa abordagem fortalecida proporciona maior capacidade de planejamento, mesmo diante da incerteza das receitas, permitindo que tomem decisões fundamentadas sobre os rumos a seguir.

*Quando há dinheiro, as coisas acontecem e se organizam com mais fluidez. Sabendo que vai chegar dinheiro, por exemplo, da GDA, conseguimos nos planejar. Conseguimos ter uma visão mais pragmática de como as coisas acontecem. Agora colocamos a carroça à frente dos bois. Damos um passo de cada vez. Conseguimos agora gerir melhor o dinheiro, fazer candidaturas à apoios. Nos primeiros anos de Xita era uma anarquia geral. Éramos mais novos. O dinheiro que entrava gastávamos no que surgia. Não havia contas. Não havia organização. Depois, com o tempo, com calma, com pessoas chegando e saindo, as coisas foram se moldando. Temos uma conta da Xita, com dinheiro para reinvestir nas edições. As vendas digitais do Bandcamp vão todas para a Xita. A Noite Xita só acontece com o dinheiro que temos. Merchandising das bandas, uma parte vai para a Xita (Manel Lourenço em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

Essa nova abordagem de gestão abre caminho para o desenvolvimento de novas carreiras por meio da especialização e focalização em tarefas mais específicas. Esses são alguns dos aspectos que os selos indie identificaram como essenciais para solidificar um mercado de nível intermediário. O *do-it-together* ganha importância equivalente, se não superior, ao *do-it-yourself*. Apesar de não isentos de conflitos, esses métodos unem indivíduos em torno dos selos, aproveitando diversas competências para conferir uma abordagem mais profissional, organizada e econômica. Dessa forma, promovem o desenvolvimento de carreiras ao aproximar membros que colaboram em várias áreas.

*Temos um engenheiro de som que é ligado à parte e supervisão técnica; outra pessoa na produção e em projetos, porque ele é da área de turismo; uma na comunicação, outra pessoa no apoio a distribuição, porque já trabalhou em uma outra gravadora (Rui Dias, Revolve, em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

Observar o desenvolvimento de um projeto desperta sentimentos de afeto e o desejo de participar ativamente, seja criando o próprio projeto ou desenvolvendo habilidades para contribuir. O receio de empreender, mesmo que de maneira inicialmente rudimentar, é superado. O espírito de coletivismo contagia e inspira, tornando viável a ação. “Era como uma salvação para o que fazíamos nos nossos quartos sozinhos. Não sabíamos tocar. Ouvíamos a Pega Monstro e pensávamos “eu também consigo fazer isso”. E isso se tornou um *modus operandi* na minha vida” (Lucía Vives em entrevista pessoal em 22/02/2022).

Ao DIY e o DIT juntam-se o *release-it-yourself*, ou, “lance você mesmo”, ou ainda se pudermos avançar, “lance em conjunto” (Reynolds, 2005). Para além de fazer, produzir, tornar realidade, um

passo seguinte é tornar visível, tornar público (A. Oliveira, 2020). É como essas “pequenas organizações culturais” conseguem desenvolver maneiras para subverter realidades adversas, tornando as dificuldades como munição, documentando, distribuindo e democratizando os frutos nascidos em ambientes de escassez (Guerra, 2010). Criam em conjunto com suas comunidades, as envolve na transformação de diferentes territórios e nas mais variadas condições, circunstâncias e culturas urbanas (P. Abreu, 2015a). São realizações que promovem uma intensa troca entre produtores e consumidores, confundindo papéis muitas vezes, fazendo surgir projetos inovadores que despontam localmente, mas anseiam a projeção global (Crane, 1992; Dunn, 2008; Guerra, 2010).

Essas culturas inicialmente se manifestam em grupos que compartilham espaços de eventos, prática musical, lojas de discos ou outros pontos de convergência. Essas experiências fomentam a circulação de informações, trocas e, conseqüentemente, o surgimento de ideias e novas práticas, promovendo “um fenômeno de comunicabilidade entre os vários ocupantes desses espaços marginais, potenciador de uma espécie de fusionismo pela partilha de uma mesma condição *underground*” (Gomes, 2013, p. 27). Vale ressaltar que essa *condição underground* pode ser uma escolha de grupos específicos, mas, nos casos analisados nesta pesquisa, observa-se que representa uma fase inicial. Estar à margem, nesse contexto, não significa permanecer nas profundezas da indústria fonográfica. Essas redes informais almejam uma participação ativa no setor, oferecendo novas abordagens para diferentes tipos de mercado, incluindo formas alternativas de estabelecer comunidades e canais de divulgação alternativos (A. Oliveira et al., 2016).

Importante notar que essas iniciativas não rejeitam a colaboração com grandes corporações a todo custo. Pelo contrário, buscam estabelecer contatos nos quais o envolvimento com essas empresas não comprometa a liberdade criativa. Desafiam o capitalismo ao tentar usá-lo de maneira sustentável e responsável (Guerra, 2017a, 2020b). Firmino da Costa propõe a ideia de “quadros de interação” para descrever a organização dos selos indie. Esses quadros consistem em um conjunto estruturado de normas, percursos, práticas e rituais que facilitam a convergência e a ativação do encontro no contexto social. Essa estrutura estabelece interdependências recíprocas, possibilitando a manifestação espacial dos habitus dos agentes sociais (Guerra, 2010).

Enquanto gênero que promove a democratização dos processos musicais, desmistificar os métodos até então oligopolizados pelas grandes gravadoras só foi possível através da iniciativa de se

fazer algo diferente e por si (o DIY) e que culminou no alargamento para atividades colaborativas que, importante destacar, é maior do que a soma das individualidades desses grupos. “Estes coletivos, por partilharem influências, estéticas, valores e gostos em comum, desenvolvem uma comunidade que partilha interesses em comum, valores, estéticas e gostos” (Henriques, 2018, p. 43).

Na realidade portuguesa, a influência dos selos britânicos do final dos anos 1970 teve um papel determinante na introdução de um novo ethos indie no país, especialmente evidenciado pelo pioneirismo da Fundação Atlântica em 1982. Ao invés de simplesmente copiar processos, o modelo português buscava criar ambientes singulares, aproveitando a efervescência na produção musical decorrente da popularização do rock no país. No entanto, em um contexto de recursos limitados e poucos espaços disponíveis para a música, juntamente com a escassa atenção da mídia para a cena musical underground, a primeira alternativa foi se aproximar de grandes empresas, como no caso da Valentim de Carvalho.

Mesmo ao estabelecer parcerias com grandes instituições, a autonomia, um valor fundamental para o gênero, foi preservada. Atualmente, essa autonomia é mantida de maneira ainda mais organizada, permitindo maior liberdade nas negociações com grandes instituições. Nesse sentido, embora o trabalho voluntário continue sendo uma força motriz nessas comunidades, os métodos implementados por alguns selos possibilitam o pagamento de salários (Omnichord Records, Lovers & Lollypops) ou participação financeira em projetos (Hey, Pachuco!, Revolve, Zigur Artists). O cenário indie já não é mais visto como resultado apenas de “mentes românticas”, mas sim como uma combinação de afeto e necessidade, instalando meios mais estruturados para profissionalizar ainda mais o setor e envolver de maneira ampliada as comunidades.

Essas trocas permitem a maior partilha de novas práticas tecnológicas que visam facilitar o trabalho comunitário. Diante das mudanças nas redes de distribuição, produção e consumo de música no século XXI, Henriques (2018, p. 8) reflete sobre uma reavaliação do significado de ser independente e adotar uma abordagem *do-it-yourself*. Por outro lado, permitiram que houvesse um alargamento de processos e de noções de como trabalhar a música, permitindo estar na vanguarda de táticas e estratégias de mercado, com técnicas mais ágeis e ativas. Segundo Henriques (2018, p. 38), a capacidade de desenvolvimento e legitimação dos projetos está intrinsecamente ligada à presença de uma comunidade e rede de apoio.

Assim, observa-se que os selos indie em Portugal como são mesclas de comportamentos intrínsecos ao gênero como o espírito de comunidade, laços de amizade e o trabalho colaborativo, porém, injetando sistemas vanguardistas que as diferem do que se pratica no grande mercado fonográfico. Com isso, chamam a atenção também do poder público que enxerga nelas ferramentas de valorização e promoção da cultura e do turismo em seus territórios. Apoiar com a cessão de espaços, por exemplo como acontece com eventos da Revolve e da Zigur Artists, são práticas menos dispendiosas e agregam uma imagem de colaboração para esses órgãos.

No entanto, durante os anos 1980, os esforços para promover a música no cenário indie eram notavelmente ingênuos. Mesmo a Fundação Atlântica, apesar de sua conexão com a Valentim de Carvalho, não perdurou por mais de dois anos devido à falta de compreensão do mercado e de como ser sustentável. Embora tenha aberto portas para o gênero em Portugal, a abordagem era mais fundamentada no entusiasmo do que em propostas musicais duradouras e sustentáveis. Os envolvidos desempenhavam várias funções: “[Eu, o Miguel e o Camacho] não nos pagávamos, mas trabalhávamos - ensaiávamos os grupos, produzíamos os discos, gravávamos, promovíamos; o Miguel escrevia umas coisas” (Pedro Ayres Magalhães, conforme citado em “Manual de sobrevivência”, 2000, p. 34). Selos como a Facadas na Noite, surgidos em cidades pequenas, como Braga, afastadas da capital, em um país ainda em desenvolvimento, eram ainda mais inovadores. Sem as éticas do DIY e do DIT, essa iniciativa não teria conseguido demarcar posições de vanguarda e chamar a atenção para o que ocorria no interior de Portugal. Mesmo com menos estrutura e recursos ao redor, conseguiram criar condições para que novos tipos de música alcançassem e influenciassem indivíduos em seus territórios. A partir dessa “contaminação”, o DIT se desenvolveu, dando origem a mais agentes dispostos a transformar as realidades de suas comunidades por meio da música.

*Era eu o diretor, masterizador, o “one man show”. Havia algumas colaborações, mas pontuais. Eu que fazia tudo. Desde escrever a máquina os encartes, tirar cópias, colar, usar aquelas letras que havia decalques para fazer os títulos... (Jorge Pereira em entrevista pessoal em 01/04/2022).*

Essa atividade despertava o coletivismo (M. Lopes, 2017c) que, na década seguinte, se desenvolveu utilizando a escassez como ferramenta de atração de semelhantes. Observa-se isto com a Bee Keeper e a forma artesanal e próxima de lidar com a edição e com seu nicho. Tinha como característica principal desenvolver a música mediante o trabalho coletivo e artesanal para que pudesse ser fomentada uma comunidade que foi se agregando em torno da gravadora.

*As bandas eram daqui da área metropolitana de Lisboa, todos se conheciam, íamos todos aos concertos uns dos outros, havia uma grande amizade. E tudo sempre foi feito na base da amizade. Nunca houve contratos e ninguém ganhou um centavo com aquilo. Era tudo na base da amizade e do gosto que tínhamos em fazer aquilo, e do gosto de mostrar aquilo* (Fred Ferreira em entrevista pessoal em 10/10/2019).

As edições da Bee Keeper eram acompanhadas de letras manuscritas e capas que eram verdadeiros trabalhos artísticos desenhadas à mão. Valorizava-se o autodidatismo e a produção constante mesmo num ambiente sem recursos, pelo prazer pelo processo, numa “mesma busca de sensações e uma dada relação com a música, com o espaço, com os outros” (Moreira, 2019, p. 454–455). Não ficava somente no lançamento de cassetes, CDs ou vinis. A Bee Keeper também organizava eventos como os festivais Teenagers From Outer Space e Supermarket Music. A ideia era fazer música algo comum e possível, desmistificado. “Aqui, as pessoas podem encontrar apoio para tocar, para existir” (Pires, como citada em Lopes, 2020, p. 5).

A Bee Keeper cultivava e valorizava o afeto para promover a exclusividade, mesmo em um ambiente coletivo. Produziam edições (limitadas, devido à falta de recursos) de discos em vinil colorido, numerados e personalizados. Cada exemplar recebia um toque pessoal da equipe da gravadora, que se reunia para aplicar adesivos nos discos, montar as capas e numerá-los. Possuir um disco da Bee Keeper significava ter algo verdadeiramente único em mãos.

*As cuidadas edições da Bee Keeper, que aliavam uma unidade estética entre a pop arte e o desarranjo “do it yourself” punk com o intuito de criar objetos únicos, ascenderam às quase três dezenas de títulos, em suporte cassete, CD e, sobretudo, vinil, algumas delas em parceria com a Milkshake, de Luís Futre, estrutura indie mais virada para a organização de espetáculos* (“Elsa Pires (1973-2002)”, 2002).

As características e lógicas do DIY e do DIT (determinação, realização, liberdade e ação coletiva) permitem criar e promover a música nas cidades. São ferramentas de empoderamento e de autonomia, maneiras de trabalhar de forma independente em relação aos padrões e hierarquias estabelecidos, assumindo o controle de todo o processo (A. Oliveira et al., 2016, p. 796). Segundo Henriques (2018), subjacente a essa concepção está a noção de que as obras artísticas dos participantes são influenciadas por um conjunto compartilhado de convenções e práticas, resultando na criação de fronteiras entre diferentes mundos artísticos. A ideia de “campo” de práticas culturais, conforme proposta por Bourdieu, implica a existência de espaços distintos associados a diferentes práticas culturais e princípios de validação. Consequentemente, de acordo com a definição de Andy

Bennett e Richard Paterson, o conceito de cena musical abrange não apenas as práticas musicais, mas também o estilo de vida cotidiano e outros rituais (Bennett & Peterson, 2004).

Ao longo das últimas décadas, diversas gravadoras passaram a adotar essas dinâmicas de autoajuda. Na Flor Caveira, destaca-se a estreita relação entre os membros e o sentido de comunidade fomentado pela gravadora. Funcionando como um coletivo, os membros compartilhavam não apenas crenças religiosas e gostos, mas também a origem geográfica<sup>195</sup>, situada em Queluz, na área metropolitana de Lisboa, próxima ao bairro de Benfica onde se estabeleceram. A Flor Caveira apostou na coesão da comunidade para despertar interesse além de seus limites. Seu objetivo era ser reconhecido não apenas como “protestantes que faziam música”, mas como um grupo ativo que dinamizava a pequena cena musical ao seu redor. Apresentações conjuntas, como as “caravanas Flor Caveira”, contribuíram para disseminar o selo como um veículo de expressão. A produção editorial constante, baseada no estilo lo-fi, com recursos limitados e sem grandes sofisticções técnicas, resultou em um extenso catálogo, influenciando jovens fora do círculo religioso da gravadora. Mediante tais processos, a Flor Caveira se destaca como um claro exemplo de como o DIT tem a habilidade de converter pequenos grupos em participantes ativos não apenas em uma cena musical local, mas também em âmbito nacional.

A Cafetra Records é símbolo de um momento de total fixação do espírito *do-it-together* na música nacional que conecta jovens em torno da prática musical e da edição de discos. Junto a esses selos, é preciso destacar o trabalho das promotoras e agências Maternidade e Filho Único, numa simbiose em que um estimula o outro e fazem assim esses grupos alcançarem mais objetivos, editar mais discos e expandir o raio de ação por todo o país.

*Normalmente, temos alguns de nós envolvidos na gravação e produção do disco de outros. Todo mundo sabe mais ou menos quando um disco vai sair. Todos os discos têm participação um dos outros, dentro da Cafetra. Somos por volta de dez pessoas e discutimos sempre o que é viável dentro do selo. A nossa longevidade se dá muito pela relação entre nós e com a música. Todos podem contribuir para o disco do outro. Não há linhas ou conceitos, falamos de Lisboa pois é onde moramos e isso acaba por influenciar na hora de escrever canções (João Marcelo em entrevista pessoal em 03/02/2022).*

---

<sup>195</sup> Samuel Úria foi o primeiro artista que não era originário de Queluz a juntar-se à editora, pertencendo à Igreja Baptista de Tondela.

Mais do que aspectos mercadológicos, são as vivências e a música produzida que fazem a diferença para eles. E influenciam outros grupos. “Nós nos espelhamos nessa coisa deles de lançar os discos por eles mesmos. Sozinhos. De serem totalmente independentes” (Lourenço Crespo em entrevista pessoal em 03/02/2022). Outras características da Flor Caveira como a estrita necessidade de se cantar em português foram absorvidas por esses selos, não como “bandeira”, mas por adequação e proximidade. Neste caso, a estética de cantar sobre a realidade que vivem, a Lisboa dos anos 2010, 2020. Gostam de se mostrar, eles mesmos dizem, como uma “gangue” (Bonifácio, 2011) e esse processo de construção coletiva de uma paisagem baseada na música “acaba por contribuir para a construção de uma identidade sonora bastante característica (...) a qual é também influenciada pela cidade de Lisboa” (Henriques, 2018, p. 43). Neste caso, o ativismo destes coletivos em relação ao que se passa na capital se confunde com a produção musical. A organização de concertos e eventos se entrelaça com os movimentos de contestação social, sendo caracterizada pela “apologia de uma ação direta capaz de oferecer soluções efetivas/reais, através da formulação de propostas sociais e políticas mais ou menos concretas” (Moreira 2019).

Mas assim como a Flor Caveira se utilizava de influências estadunidenses na música, com a Cafetra Records isso se dá na forma como se comunicam, seja entre eles, seja com outros interlocutores. O uso de expressões em inglês é recorrente assim como neologismos em português. É o caso, por exemplo, da música, Liza, que no *dialeto* da Cafetra significa “Lisboa”. E, com isso, também induzem o nicho que os acompanha a também utilizar essas formas de linguagens. “Uma coisa não é aleatória; é *random*. Uma coisa não é divertida; é *mil fun*. Um tipo não toca à patrão; toca *à bawws*” (Bonifácio, 2011). Essa dinâmica gera laços de reconhecimento entre os envolvidos, constituindo uma forma de capital simbólico que os conecta e os diferencia do contexto em que estão imersos.

No entanto, essa abordagem coletivista enfrenta algumas críticas. A percepção de alguns públicos sugere que são como grupos fechados, autônomos e pouco receptivos a novos artistas que não sejam dos seus nichos. Essa característica, quase autofágica, pode ser interpretada como uma forma de “proteção” devido à escassez de recursos para uma produção mais ampla, representando um possível obstáculo para o desenvolvimento desse tipo de iniciativa em um nível mais abrangente.

*Recebemos demos regularmente, mas falta verba para lançar mais do que lançamos entre nós. Não temos capacidade financeira para captar mais artistas do que os que já estão na Cafetra. Não é porque não é do nosso grupo de amigos, mas é porque não há recursos. Mas temos projetos com outros artistas sem gravadora e de outros selos (João Marcelo em entrevista pessoal em 03/02/2022).*

No que diz respeito à prática musical, em muitos casos, devido à falta de condições nos estabelecimentos, músicos e outros intervenientes são frequentemente responsáveis pela infraestrutura necessária em eventos, desde a disponibilização de equipamento de palco até a alocação de pessoal para bilheteira, iluminação, entre outros aspectos. Os selos indie têm desempenhado um papel importante na redução dessa precariedade, promovendo eventos de pequeno a médio porte que visam ser sustentáveis, contando com o apoio de grandes empresas e/ou do poder público. Exemplos incluem festivais como o Milhões de Festa (Lovers & Lollypops), Vai-m'à Banda e Mucho Flow (Revolve), Zigur Fest (Zigur Artists), além das Noites Xita e Noites Fetra, que celebram essas iniciativas em colaboração com seus nichos e apresentam artistas de diferentes gravadoras.

*Conhecem-se, vão aos concertos uns dos outros, tocam nas noites uns dos outros, apoiam-se (a maioria são [sic] músicos, os que não são têm outro tipo de relação full-time ou part-time com a música) Não há separatismos, não há hierarquias. Esta filosofia do do-it-yourself de ação, diálogo e entreajuda tem dado músculo ao circuito português de música independente, e uma maior dimensão geográfica (M. Duarte & Lopes, 2017, p. 5).*

Através dessas dinâmicas, baseadas no autodidatismo, novas habilidades emergem, dando espaço para expressões que vão além da música. Esses selos não se veem apenas como gravadoras, mas como coletivos multidisciplinares. “É uma editora, mas é um coletivo, não é só música, mas também não é só eventos, não é só artes plásticas” (Lucia Vives em entrevista pessoal em 22/02/2022). Ao longo do tempo, esses grupos têm adquirido uma abordagem mais profissional. As receitas provenientes das vendas de fonogramas e eventos são reinvestidas para manter o selo sustentável e rentável. Além disso, alugam estúdios para ensaios e gravações de diversas bandas, oferecendo também serviços de produção, gravação, edição, entre outros.

Aos poucos a anarquia *punk* foi dando lugar a um *modus operandi* mais sistemático e, com isso, garantindo a longevidade dos selos. Essa estrutura permite à Xita Records, por exemplo, estar apta para obter apoios estatais como os da GDA<sup>196</sup> para a edição e divulgação de fonogramas. São apoios auxiliam no planejamento de lançamentos e eventos do selo e garantem que os artistas estejam com seus discos de forma regular.

---

<sup>196</sup> <https://www.gda.pt>. Acessado em 20/10/2022.

As conexões, as redes (Crossley, 2008) também se dão em outras formas de iniciativas no mundo *underground*. Manel, além da Xita, faz parte da produtora Filho Único, agência de projetos musicais na capital e que possui fundamental importância na propagação musical dessa “geração à rasca”. Com a realização regular de eventos, produtoras como ela ou a Maternidade tornaram possível ambientes em que essas pequenas coletividades pudessem se conhecer e se expressar. Um sentimento compartilhado é evidente em outros selos, como a Bee Keeper, profundamente enraizada no colaborativismo de seu nicho. “Sentia no ar esse espírito de comunidade. Mesmo as pessoas que não conheciam estavam satisfeitas de estar ali. Viam as bandas, e estavam ali um monte de jovens, fãs. O ambiente era incrível nesses eventos” (Fred Ferreira em entrevista pessoal em 10/10/2019).

Na Lux Records, em Coimbra, o protagonismo recai sobre Rui Ferreira. No entanto, evidenciam-se claros reflexos do *do-it-together* quando se observa que os artistas e bandas afiliados à gravadora são convidados a participar ativamente de todas as decisões relacionadas às edições, incluindo o momento, a forma e as estratégias de lançamento dos álbuns. Embora Rui Ferreira atue como gerente, as decisões, quando possível, são tomadas de forma colaborativa. Se, no início da década anterior, essa colaboração ocorria de maneiras mais rudimentares, com todos contribuindo para a organização dos fonogramas, distribuição e divulgação - de forma ainda caótica - aos poucos ela foi se estruturando. Na Lux, Rui assegura transparência nas vendas e cronogramas de edições, estabelecendo confiança entre selo, artistas e público, promovendo uma aproximação por meio de compartilhamento claro e sistematizado de responsabilidades. A familiaridade com diversos agentes da cena também foi crucial para o selo, conforme destacou: “[p]refiro que as pessoas venham falar comigo, sentar e tomar um café e discutir negócios” (Ferreira, citado em Moura, 2021, p. 151). Esse ambiente colaborativo propiciou uma distinção menos clara entre artista e fã, com todos participando ativamente através de redes de network e do DIT na construção de um espaço mais propício para a produção musical em Coimbra, mantendo a cena vibrante e ativa, apesar das consideráveis dificuldades enfrentadas. Segundo Guerra:

*existe uma combinação estimulante para a produção de cultura que é esteticamente original ou ideologicamente provocadora ou ambas, na medida em que estas redes tendem a atrair jovens ou music lovers e são susceptíveis de um apport de inovação, existindo um feedback contínuo entre os criadores e as audiências* (Guerra, 2010, p. 528).

Fica mais perceptível que no indie existe uma lógica de proximidade intrínseca ao gênero que gera afetos<sup>197</sup>. Não se faz música, ou não se produz um ambiente musical com quem “não se toma copos” (Rui Portulez em entrevista pessoal em 01/02/2022). A combinação entre afetos, o amadorismo e profissionalismo (ainda que possam soar antagônicos no início) é a chave mestra para a virada das gravadoras indie em meados da década de 2000 em Portugal.

*Confiamos em nós. Não há uma decisão sobre o que lançar. Todo mundo na Xita tem direito ao seu processo. Falamos a mesma linguagem. Partilhamos uma série de princípios. Posso gostar menos de algo que alguém faça, mas as coisas saem assim mesmo. Estamos sempre debatendo esses processos de como as coisas surgem e acontecem na Xita. Tudo é muito colaborativo. Na época [que o selo surgiu] aconteciam muitas coisas ao mesmo tempo. O António gostava de ficar mais nos bastidores, mais por trás. É importante frisar que, para além da minha vontade de falar com as pessoas, ouvir o que elas têm a dizer, a tocar e achar que essas pessoas curtem o mesmo tipo de música e de linguagem que eu. Essas pessoas só podem ter coisas interessantes a dizer (Manel Lourenço em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

Alguns desses selos possuem organogramas definidos. Gravadoras como Omnichord Records e Lovers & Lollypops inclusive possuem contratos e pagam ordenados aos seus colaboradores. O que não impede das funções se agregarem e se misturarem quando necessário. A Revolve também possui uma organização interna mais delineada, porém, ainda o trabalho é feito na maioria na forma do voluntarismo, a partir do tempo livre e da disposição dos agentes a volta dela, com dividendos repartidos quando há lucros com eventos ou álbuns, sendo uma parte reinvestida para mais edições.

Mesmo caso da Hey, Pachuco! que nos últimos anos conta com uma “nova geração” que cresceu ouvindo e frequentando os concertos dos artistas do selo e que procura dar uma nova cara à iniciativa com processos mais organizados e modernos. Estes habilitam pessoas “comuns” como produtores de cultura. Todos podem participar, muitas vezes sem funções rigidamente definidas, e têm importância na sobrevivência e disseminação das produções destas gravadoras. Como diz Carlos, a Hey, Pachuco! era, e ainda é, uma *gangue* - como vimos com a Cafetra Records - de pessoas em prol da música e, devido a ela, conseguiu superar os momentos de crise e incertezas no país.

*Claramente estamos numa fase alguma transição. A participação de jovens que cresceram indo ao Barreiro Rocks, são outras cabeças, são diferentes. E que permitem ao selo uma certa revitalização, organização e, naturalmente, uma redefinição do que é*

---

<sup>197</sup> Ver subcapítulo 1.3.

*que será a Hey, Pachuco! daqui para frente* (Carlos Ramos, músico, em entrevista pessoal em 15/04/2021).

Segundo Oliveira et al, a Hey, Pachuco! deve ser entendida como “resultado da explosão de possibilidades trazida por um lado pelos princípios do DIY e, por outro, pelas inovações tecnológicas que, como dissemos, democratizaram o acesso às formas de produção musical” (Oliveira et al., 2016, p. 802). Essas iniciativas demonstram a importância de ações em favor de uma cultura musical que esteja à margem do *status quo*. Na Hey, Pachuco! não há salários ou vínculos formais. As remunerações são feitas projeto a projeto e os apoios que cada um recebe ou da verba que gera. A “obrigatoriedade” de uma gestão mais compartilhada, 360°, entre edição, festivais e outros se dá, segundo Carlos e outros *managers* de gravadoras entrevistados devido ao pequeno e excludente mercado fonográfico português.

*Precisamos aqui é agitar a comunidade da melhor maneira possível. Se não há apoios a melhor maneira é agregar as pessoas em torno de iniciativas culturais. Mas tem que fazer sentido. Existe algo nas bandas da Hey, Pachuco! que gerou uma conexão automática não só pelo som, mas por um ethos, uma postura. Algo subjetivo que não sei explicar. Era uma postura que nos identificava como “Pachuco”.* (Carlos Ramos, músico, em entrevista pessoal em 15/04/2021).

Nessas comunidades, a conexão entre os membros se fortalece, solidificando-se mesmo quando esses indivíduos interagem com outras comunidades, demonstrando uma dinâmica fluida. Essa coesão é caracterizada pela ação coletiva e pelo “estar-junto” (Maffesoli, 1998, 2014). As interações estabelecidas nesses grupos resultam em identidades coletivas, construídas por meio de redes, trocas de informações e conhecimento compartilhado, formando o que Stuart Hall (1992) descreve como um “indivíduo múltiplo”. De acordo com Xavier De Oliveira (2015), a “personagem” desse sujeito é verdadeiramente moldada pelos diversos papéis desempenhados nas interações sociais e pelas condições sociais decorrentes da produção da vida material, estando constantemente sujeita a mudanças.

Essas identidades geram as características que diferem esses selos e os tornam únicos (Barracco, 2014) e permite a essas coletividades se demarcarem, integrando indivíduos que desejam se tornar agentes culturais com gostos e afinidades semelhantes. Como dizem Guerra et al (2016), esses circuitos calcados no trabalho colaborativo e independente, enraizados na criatividade e inventividade, são formas de consolidação das diferenças entre eles que são explorados como forma de valorização mercadológica. Além das sonoridades que dispõem ao público, as formas como atuam perante a esse mercado são maneiras de reforçar a unidade de cada um e os bens culturais que são

criados por eles. Os trabalho nesses nichos são resultado da interação e da capacitação alargada dos seus agentes nas mais diversas formas dos processos editoriais (produção, gravação, divulgação, distribuição etc.), “desenvolvidos com referência a um conjunto de convenções que refletem um entendimento comum do mundo da arte e geram práticas comuns (como as *illusio* bourdieusianas)” (Guerra, 2015b, p. 3). A música, para Guerra (2017b) desempenha um papel fundamental na construção de identidades grupais, ao mesmo tempo em que pode ampliar divisões sociais, permitindo que os grupos estabeleçam fronteiras distintas entre si.

Com base nessas afinidades, o do-it-together tem revelado ao longo do tempo diversas estratégias para a rentabilização e sustentabilidade dos selos. Cada gravadora adota táticas específicas alinhadas com suas relações territoriais. Um exemplo claro dessa adaptabilidade é observado na Zigur Artists, que identificou nas edições virtuais uma alternativa mais viável e econômica do que as edições físicas, uma lição aprendida por meio de tentativa e erro ao explorar diferentes abordagens. Inicialmente, o selo lançou suas primeiras edições em formatos físicos, como o CD, no entanto, as vendas abaixo do esperado não justificaram o investimento. Como acontece com muitos selos do gênero, não havia pressões comerciais para obter um retorno imediato sobre o investimento, permitindo que repensassem os fonogramas para torná-los mais acessíveis a diferentes públicos, uma estratégia fundamental para garantir a continuidade e a sobrevivência da gravadora.

*Para jovens de 20 e poucos anos, que estão começando na área, investir mil euros ou mais na produção de um disco é pesado. Isto era um entrave. E se colocássemos alguma pressão comercial - para reaver o investimento - nos artistas e em nós - não seria saudável, principalmente para os princípios que tínhamos quando começamos (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Como diz Guerra (2015b), Becker destacou a importância das convenções, que se referem ao compartilhamento de conhecimento dentro de um contexto específico. Ele argumentou que as formas pelas quais o conhecimento é adquirido são diversas e estão relacionadas ao tipo de relação estabelecida com o ambiente artístico em questão. Algumas convenções são derivadas e adaptadas de estruturas sociais mais amplas, enquanto outras são desenvolvidas de forma específica dentro do próprio mundo artístico.

Para esse modelo de produção, embora os lançamentos sejam predominantemente virtuais, é crucial contar com um ou mais locais de encontro dedicados à discussão e compartilhamento de ideias. Esses espaços desempenham o papel de marcas territoriais para os selos, variando desde salas de ensaio até estúdios de gravação, ou mesmo a residência de um dos membros, como o sótão na

casa da avó de Elsa Pires, no bairro da Ajuda, em Lisboa, que servia como quartel general da Bee Keeper. Outro exemplo significativo é o edifício da Interpress, também na capital, onde os selos Cafetra, Xita e anteriormente Spring Toast (além de outros empreendimentos) compartilham espaços para ensaios e gravação. Além de atender às necessidades internas, esses locais também geram receitas adicionais para as gravadoras, alugando suas instalações para outros projetos musicais. Este prédio tornou-se o epicentro da cena, atraindo diariamente jovens envolvidos em uma variedade de projetos musicais, proporcionando uma troca constante de informações, estratégias e apoio mútuo.

*Nosso estúdio no Bairro Alto é num prédio onde a Xita está numa sala, o pessoal do jazz noutra, o Vaiapraia<sup>198</sup> ensaia no nosso estúdio, que fica em frente ao Conservatório de Lisboa. Na Interpress, uma antiga reprografia, temos uma sala de gravação, mixagem, uma de ensaio. Cruzamo-nos nas escadas o tempo todo (Lourenço Crespo em entrevista pessoal em 03/02/2022).*

O Espaço Serra<sup>199</sup>, situado em Leiria, é mais um exemplo de comunhão e encontro dentro de uma comunidade musical local. Este local abriga o “escritório” da Omnichord Records, os estúdios de gravação da Casota Collective (braço responsável por produções em áudio e vídeo da banda First Breath After Coma) - onde a maioria das bandas do selo registra seus discos - além de uma sala de ensaios financiada pelo espaço para artistas da região.

Essa convivência amplia e dinamiza a produção, tornando a ação desses selos mais ágil frente aos desafios impostos pelo mercado e pela vida em geral. “A comunicação está mais rápida entre os músicos, promotores e salas. Está tudo mais ligado” (Maria Reis, Cafetra Records, como citada em Duarte & Lopes, 2017, p. 6). São ecossistemas de colaboração e de transformação de espaços para a edição e a prática da música e a sua divulgação. Para Miguel (2018), a prática em questão é uma ação que estimula a participação cidadã e destaca a expressão cultural e criativa de uma região específica (p. 85).

---

<sup>198</sup> Músico setubalense radicado em Lisboa. <https://vaiapraia.bandcamp.com>. Acessado em 19/10/2022.

<sup>199</sup> <https://serraespacocultural.pt/>. Acessado em 02/02/2021.



**Figura 16** - Matéria do Jornal Público sobre uma das Noites Fetra. Fonte:

<https://www.publico.pt/2018/05/28/culturaipilon/noticia/dancar-lisboa-e-os-amigos-celebrar-o-presente-1831144>

Além da Interpress, um espaço situado no bairro da Graça em Lisboa tornou-se o centro que os jovens vinculados à Spring Toast necessitavam para dar início ao projeto. O estúdio, que incorporava o nome da gravadora durante sua existência, desempenhava um papel central no selo. Nele, além de realizar ensaios e gravações, os membros se reuniam para avaliar novos projetos, planejar eventos e festivais, discutir estratégias para as plataformas digitais, entre outras atividades.

*Era onde tudo acontecia. Encontrava-nos semanalmente para avaliar os projetos que estavam a decorrer e os próximos que gostaríamos de ver realizados. Tratávamos do que estávamos gravando, do que queríamos gravar, e como estavam as distribuições nas lojas. Além de organizar as plataformas como o Bandcamp, por exemplo. Também esses encontros serviam para organizar as festas que eram financeiramente bastante importantes para nós (Martim Teixeira, manager, em entrevista pessoal em 24/06/2022).*

Semelhante ao que foi observado com a Hey, Pachuco!, a pequena sala de gravação de Carlos Ramos no Barreiro não era apenas o centro operacional da gravadora, mas também um local de encontro e troca de ideias entre as bandas e os jovens aspirantes a integrar aquela comunidade. Mais uma vez, esses espaços desempenhavam papéis essenciais na capacitação informal e na distribuição de tarefas por meio do *do-it-together* e do voluntarismo. Esses locais podem até mesmo ser pouco convencionais, como a Igreja Baptista de Queluz, o epicentro da Flor Caveira. A cave da igreja servia como sala de ensaios e palco para os primeiros concertos desses artistas. Nessas situações, a precariedade e a informalidade não eram encaradas como obstáculos, mas como instrumentos e estímulos para o trabalho.

*O DIY obriga a aprender por si próprio, muitas vezes da pior maneira. É um trabalho de risco. Você tem que apostar muitas vezes, e apesar de termos um estrutura maior e uma série de eventos e a parte editorial, é um trabalho de risco constante. Tem que estar sempre “andando na ponta dos pés”. Nós trabalhamos com o novo, a música de vanguarda. Há um trabalho de investigação e de procura constante e muitas vezes desgastante (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 20/01/2020).*

## **6.2. PROSPETIVA FUTURA**

Neste capítulo, foi analisado como as práticas de democratização da música adotadas pelos selos indie em Portugal evoluíram ao longo dos anos. Inicialmente, partindo de iniciativas individuais sem planejamento estruturado, essas práticas transformaram-se em coletivos mais organizados, adaptando-se à constante mutação da indústria fonográfica nas últimas duas décadas. Enquanto o do-it-yourself desempenhou um papel fundamental como impulsionador dessas práticas, a resposta aos desafios do mercado levou à adoção do do-it-together. Essas éticas possibilitam que indivíduos à margem da grande indústria fonográfica se tornem produtores culturais, contribuindo para as mudanças dentro desse mercado. Compreende-se que somente por meio do trabalho colaborativo, da ajuda mútua e baseado no afeto e gostos compartilhados, é possível construir bases sustentáveis, mesmo diante de recursos limitados, para a prática e edição musical.

Essas bases não podem ser concebidas sem a presença de uma rede informal de contatos. Essa rede se desenvolve na construção de circuitos musicais, explorando o território por meio de festas, festivais e na criação de espaços dedicados à prática musical. Nessas interações, os indivíduos se (re)conhecem e concebem abordagens inovadoras para lidar com a música. Isso resulta na formação de estéticas diversas, conferindo singularidade aos selos em suas práticas e, por conseguinte, em suas sonoridades. A singularidade é alcançada por meio de métodos criativos, fundamentados na liberdade artística, superando as limitações de recursos e utilizando o território como palco para experimentações mercadológicas e sonoras. Essas iniciativas não apenas fomentam, mas também gerenciam novas carreiras na música. Distribuem tarefas e capacitam seus membros em diversas funções, uma vez que são empreendimentos com equipes reduzidas. Dessa forma, representam formas de empoderamento e a oportunidade de modificar o cotidiano. O sujeito pós-moderno encontra apoio no coletivo para se expressar diante do mundo.

Desde o início do século, ao lado da reformulação dos meios de disseminação e consumo de música, os selos indie precisaram se reorganizar. Com a ideia de colaboração em diversas áreas, nota-se uma crescente “especialização” dentro desses selos. Os afetos também se manifestam na maneira

como esses indivíduos desejam ser percebidos dentro de seus coletivos, colaborando nas áreas em que têm maior expertise, mas sem negligenciar outras responsabilidades. Inicialmente, essas práticas visam conferir mais agilidade e personalidade aos selos, buscando reduzir custos, otimizar recursos e estabelecer planejamentos mais claros e flexíveis. Dessa forma, buscam criar ecossistemas musicais mais sustentáveis, enfrentando a precariedade e a escassez de recursos a que estão sujeitos.

Essas iniciativas se mostram operacionalmente viáveis não apenas para seus nichos específicos, mas também para outras parcelas do mercado, inclusive para o poder público, que enxerga nelas potencial de divulgação e exploração do território, contribuindo para atrair investimentos e impulsionar o turismo em suas regiões. As gravadoras indie operam com lógicas menos restritivas em comparação às majors, estabelecendo diálogos com elas sem abrir mão dos conceitos e premissas inerentes ao gênero.

O autodidatismo, a rapidez na comunicação e a capacidade de adaptação geram formas de gestão dentro da música, posicionando os selos indie geralmente na vanguarda da indústria fonográfica. São coletivos ágeis e receptivos às mudanças de direção do mercado, propondo diretrizes inovadoras. Operando em pequenas e médias escalas, essas gravadoras se destacam por serem dinâmicas e estimulantes. Naturalmente, expandem suas atividades para além do papel de meros editores ou documentadores de suas realidades, engajando-se em novos empreendimentos e transformando-se em inovadores, arrojados e influentes agentes culturais, como será explorado a seguir.

## 7. O INDIE ENQUANTO FERRAMENTA DE PIONEIRISMO

*De fato, os portugueses, alguns portugueses, são dotados da sublime faculdade que é a de ser capaz de criar sem ter acesso aos meios usuais e que de todos os outros se socorrem para tal efeito*  
(Luís Maio & Mozos, 1985, p. 38)

Nos dois capítulos anteriores, foram analisados os métodos pelos quais os selos indie promoveram e disseminaram práticas democráticas nos processos musicais em Portugal, desenvolvendo novas táticas de mercado, organizando-se e capacitando novos atores. Eles não apenas facilitaram o contato de músicos emergentes com a edição e concertos, mas também transformaram atitudes. A democratização musical, baseada na ética do *do-it-yourself*, influenciou esses sujeitos a se agruparem por meio do trabalho colaborativo, representado pelo *do-it-together*.

Uma consequência natural desse movimento foi a reorganização frente aos novos desafios da música gravada, um processo iniciado nos anos 1990, passando por intensas transformações a partir dos anos 2000 e que continua até os dias atuais. Aprendendo com os “erros” do passado, os selos indie portugueses dos últimos 10 a 15 anos entenderam que os resultados dessas relações não deveriam ficar restritos a nichos. Eles buscaram expandir seus raios de ação, deixando de ser meros “balões de ensaio” para o grande mercado (Abreu, 2015) e superando a marginalidade. Essas abordagens diversas de gerenciamento da música indie visam abrir novas portas no mercado nacional, permitindo que iniciativas independentes busquem espaço e sustentabilidade (Guerra, 2010, p. 362).

Esses grupos vem se transformando em verdadeiras microempresas criativas, graças a gestões mais profissionais e métodos mais qualificados, sem abrir mão do caráter lúdico, criativo e vanguardista inerente ao universo indie, mesmo operando com orçamentos limitados. Os selos desse gênero não se limitam mais a registrar apenas o que seu círculo musical produz. Por meio de atividades coletivas, conseguem ampliar essa função inicial, expandindo-se para diferentes segmentos, como eventos, agenciamento, prestação de serviços, entre outros. As gravadoras indie perceberam a oportunidade de ocupar espaços no mercado negligenciados pelas majors com a desmaterialização da música no novo milênio. Elas passaram a assumir tarefas que estão no escopo do poder público, tornando-se agentes capacitadores e econômicos. Por exemplo, contribuem para o fomento do turismo em seus territórios. Isso permite o planejamento de ações futuras e a remuneração dos envolvidos nos projetos, inclusive a possibilidade de contratar profissionais. Conforme apontado por Oliveira (2020), a música tem desempenhado um papel significativo nos discursos neoliberais sobre as cidades, sendo

discutida em contextos como economia criativa, revitalização de áreas urbanas desindustrializadas, construção da imagem da cidade, marketing territorial, planejamento urbano, competição entre cidades e setor do turismo.

Conforme observado por Quintela & Ferreira (2018), desde o início do século XXI, torna-se evidente uma estreita conexão entre cultura, economia e progresso urbano, uma relação que já estava em desenvolvimento desde o final da década de 1970. Esse fenômeno foi consideravelmente influenciado pelo contexto de crise socioeconômica que predominava na Europa naquele período. Esta conjuntura desencadeou mudanças e diversificação nos métodos de financiamento das artes e cultura, com um notável aumento da participação tanto do setor privado, com e sem fins lucrativos, quanto da adoção de abordagens gerenciais mais empresariais.

Tais iniciativas, ainda segundo os autores, enfatizam a importância do aporte público na esfera cultural, assentado na premissa de que as expressões artísticas, cultura e setores culturais desempenham papéis vitais na revitalização de áreas urbanas e regiões em declínio ou desfavorecidas do ponto de vista socioeconômico. De um lado, contribuiriam para promover a atividade econômica e reforçar o apelo e notoriedade dos territórios - aspectos especialmente relevantes em um contexto de globalização e intensa concorrência entre centros urbanos e, por outro, essas ações auxiliariam na promoção da coesão social, fomento ao multiculturalismo e estímulo à cidadania<sup>200</sup>.

Desse modo, é necessário evidenciar e analisar os mecanismos adotados e/ou desenvolvidos por meio desse trabalho colaborativo analisados no capítulo anterior. Como uma “linha evolutiva”, selos indie vem desenvolvendo métodos pioneiros e vanguardistas que são progressões das mobilizações entorno da democratização e da organização desses nichos através do DIY e do DIT. São também reflexos das necessidades que esses empreendimentos possuem, de precisarem criar mecanismos de sobrevivência e ajuda mútua. Cada integrante precisa ter a consciência de que o seu papel é vital e precisa ser feito de forma organizada e rápida afim de manter fluxos ágeis de trabalho, evitando o desperdício dos poucos recursos e de oportunidades de negócios. Como diz Abreu (2015), pequenos empreendimentos, como selos indie, tomam para si o papel de agentes de criação musical de forma inovadoras, operando como novas opções dentro da indústria fonográfica. Em Portugal, segundo Nunes, esse ambiente em que as gravadoras indie trabalham “é caracterizado pela existência

---

<sup>200</sup> Para mais informações sobre o tema da economia criativa em Portugal ver Ferreira, C. & Quintela, P. (2018).

de parcerias, (...) entre editoras e outras estruturas dentro do meio, como produtoras de espetáculos e empresas de management de artistas” (2018, p. 39). Em territórios com poucas oportunidades, como é Portugal, o trabalho colaborativo, a promoção musical e o *networking* constante são indissociáveis para este tipo de empreendimento.

Essas práticas também surgem como uma resposta ao senso comum de que as novas tecnologias tornaram o artista “autossuficiente”. A gestão mais profissional e as novas abordagens para lidar com todos os aspectos da prática e edição musical transformaram as gravadoras indie em prescritores musicais e inovadores mercadológicos. Oliveira et al. (2016) destacam o papel “multifuncional” dos músicos independentes na atualidade, pois precisam desempenhar várias atividades para se destacarem. Isso é evidente. No entanto, ao mesmo tempo, tornam-se cada vez mais evidentes as dificuldades que artistas e bandas enfrentam atualmente, enfrentando novos desafios em um universo em constante expansão com uma oferta quase ilimitada por meio de plataformas musicais de streaming. A credibilidade oferecida pelos selos indie é estabelecida através dessas práticas vanguardistas que os diferenciam entre si, conferindo-lhes legitimidade junto aos fãs que os artistas buscam e precisam para se destacarem. De acordo com Oliveira, podemos chamar essas interações de “trajetórias musicais”, uma vez que este termo

*permite dar maior importância à fluidez das práticas e interações locais de criação musical. Estas são, no fundo, um conjunto de trajetórias ou rotas regulares e conhecidas, pelas quais as pessoas optam. A par das trajetórias musicais existem muitas outras que as pessoas seguem em simultâneo. Aliás, Finnegan refere que este termo é particularmente útil para dar conta do facto de as práticas de criação musical locais serem, muitas vezes, desenvolvidas em part-time, tendo os seus protagonistas de conciliar as suas trajetórias musicais com outro tipo de trajetórias (A. Oliveira, 2020, p. 212).*

Entende-se que, neste caso, o pioneirismo manifesta-se na capacidade de desenvolver condições em meio a circunstâncias desfavoráveis, de enxergar possibilidades e de possuir a sensibilidade para modificar o espaço com ideias de vanguarda, oferecendo ambientes democráticos, abrangentes, colaborativos e independentes. Pioneirismo é fomentar e desenvolver microuniversos próprios com redes de contatos fortes e ágeis. Ser pioneiro, nesse contexto, significa estimular o trabalho realizado de forma “amadora”, por meio do DIY e do DIT, para que a capacidade criativa seja desenvolvida livremente, possibilitando a transformação de vidas e territórios, convertendo fãs em criadores e criadores em fãs. Obviamente, esses processos não se desenrolam de forma automática,

fluida e ascendente. Ao longo de quatro décadas de indie em Portugal, esses processos foram caracterizados também por conflitos, falências e precariedade.

*Nós, os selos indie somos os mais dependentes que existem na face da Terra. As majors sim são gravadoras independentes. Elas têm os direitos conexos, têm todas as redes de contatos. Nós dependemos de nosso próprio dinheiro, do nosso próprio investimento. Apesar de independente ser um nome, e, portanto, um título importante, há somente uma coisa em que somos independentes: na criatividade. E a criatividade é o motor as editoras indie (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020).*

Fundamentados na criatividade, os selos indie têm sido catalisadores de mudanças significativas, especialmente nas últimas duas décadas. Essas transformações não apenas impactam a indústria fonográfica, mas também influenciam as políticas públicas de gestão cultural. Esses selos transcenderam a simples união de amigos para editar discos, evoluindo para associações e coletivos cada vez mais estruturados, baseados no trabalho comunitário. Em meio à incerteza, surgiram empreendimentos notáveis nos últimos anos, destacando-se pela superação da falta de apoios e estrutura, tornando-se visíveis através de práticas que englobam aspectos de mercado, negócios, atividades sociais, educacionais, entre outros (A. Oliveira, 2020).

É importante compreender que a elaboração de estratégias, a geração de ideias e a criatividade representam apenas uma faceta dessas estruturas. A outra ponta envolve a manutenção consistente de investimentos em ações de produção, edição, divulgação, educação e políticas fundamentais para que a música seja reconhecida como uma atividade capaz de transformar o ambiente circundante. Navegar entre esses dois extremos é desafiador, mas esses selos buscam suavizar esse percurso, utilizando a música como um catalisador para o desenvolvimento pessoal e a transformação de seus territórios. Um exemplo é a Omnichord Records, que adota uma abordagem educacional por meio de projetos como Música Omnipresente e Música Dá Trabalho, introduzindo a música em suas diversas formas para crianças e contribuindo para o desenvolvimento da indústria musical e o aumento do consumo cultural na região. Logo, como diz Shapiro (2022), fica claro que tanto a música quanto a cultura possuem um potencial significativo em termos econômicos e sociais, trazendo consigo as vantagens do poder suave e da promoção de uma percepção positiva em uma escala mais abrangente.

Ao abordar o conceito de pioneirismo, é imperativo retroceder no tempo, até 1982, e destacar a Fundação Atlântica. Essa perspectiva permite observar a evolução nas formas de gestão desses selos e os impactos subsequentes no cenário musical e cultural português. Apesar de encerrar suas

atividades em apenas dois anos, em 1984, devido a descuidos financeiros e desorganização administrativa, a Fundação Atlântica desempenhou um papel crucial desde o início ao introduzir, não apenas o indie português, mas também o diálogo entre os selos e as majors, em particular a Valentim de Carvalho.

Na época, a principal preocupação não era ideológica, mas sim encontrar maneiras de superar, em algum nível, a falta de estrutura no mercado fonográfico português. A ideia inicial era replicar no país o modelo da Factory Records, gravadora indie de Manchester, que desde 1978 dava voz a novos artistas em Portugal, os quais não encontravam espaço na grande indústria fonográfica, que passava por um período de declínio após dois anos de expansão. No entanto, as condições para a edição musical em Portugal no início dos anos 1980 eram precárias, como desenvolvido no quarto capítulo. Assim, o contato com a Valentim de Carvalho representava uma tentativa de viabilizar a Fundação Atlântica por meio de um acordo de gravação e distribuição, enquanto a curadoria do selo permaneceria a cargo de seus fundadores. Dessa forma, a Fundação Atlântica foi pioneira ao estabelecer o indie local com uma abordagem que incluía o diálogo com as majors, abrindo portas para uma música que revelava uma parte anteriormente oculta da cena musical portuguesa. O selo representava a

*evidente energia editorial de um setor marginal à grande indústria que, bem e mal e assim-assim, serve de esteio a ideia e projetos sem aparente eira nem beira comercial, mas cuja inquietação estética reflete a procura de um devir, um Graal, por vezes também social e político (...) determinante para a evolução da música; uma satisfação paramente orgulhosa na produção portuguesa, porque é portuguesa, mesmo quando não passa de uma imitação deslavada (Rui Monteiro, 1997, p. 17).*

A Fundação Atlântica deixou em segundo plano as preocupações do indie ao estabelecer contatos com o *mainstream*. O instinto de sobrevivência sobressaía-se em relação a discussões subjetivas sobre se parcerias comprometeriam o ethos do estilo. Isso se torna ainda mais evidente quando se considera que a Fundação Atlântica foi a primeira e única iniciativa do gênero no país em uma época em que a troca de informações sobre o que ocorria em outras partes do mundo era lenta e deficiente.

As dinâmicas de um campo organizacional estabelecido exercem pressões que incentivam a mudança e a adaptação das organizações (P. Abreu, 2015a). Enquanto selos indie no Reino Unido ou nos Estados Unidos poderiam tentar sobreviver mantendo distância das majors (o que poucos conseguiam na época), a Fundação Atlântica buscava uma abordagem que lhe proporcionasse

sustentação para editar. Essa busca pela sobrevivência pode ter justificado a decisão de estabelecer parcerias com grandes gravadoras, mesmo que isso implicasse em compromissos e negociações com o mainstream.

Isso incluía a dificuldade de receber cobertura da mídia local, que pouco se interessava por produções fora do mainstream. Eram necessários artifícios para que aquela música fosse pelo menos descoberta e ganhasse visibilidade. “[E] depois há todos os problemas de divulgação. Por que levamos os Delfins ao Festival RTP da Canção? Para angariar alguma divulgação que os meios de comunicação recusaram dar” (Pedro Ayres Magalhães, conforme citado em Monteiro, 1985, p. 8). O *ethos* progressista e inovador da Fundação Atlântica é ressaltado nas palavras de Ricardo Camacho, falecido integrante do Sétima Legião e membro do “núcleo duro” da antiga gravadora, que a descreve como “no lugar certo no tempo errado” (Mourinha, 2004, p. 47). A falta de uma gestão profissional deixou o selo em situação financeira precária, incapaz de se sustentar por mais de dois anos, mesmo após ter descoberto nomes como o Sétima Legião, Delfins, Xutos e Pontapés, entre outros, que se tornariam alguns dos grupos mais populares em Portugal ainda na década de 1980. Ainda faltava um enfoque organizacional, reconhecendo que a música, mesmo com processos criativos e editoriais amadores, precisa ser encarada como um negócio e um produto, demandando um ambiente que proporcione condições para sobreviver em um meio hostil e competitivo. Era necessário equilibrar o amadorismo com uma abordagem orientada para o mercado. “A maioria dos discos de uma gravadora pequena não dá lucro, por isso ao fim de, por exemplo, cinco, seis anos muitos desistem. É o aspecto financeiro que, invariavelmente, determina a longevidade de uma gravadora” (Rui Ferreira em entrevista pessoal em 04/02/2022).

Os primeiros selos indie em Portugal ofereceram novos caminhos para a música e a participação mais alargada de novos atores. Porém, se gravadoras do gênero se multiplicavam em outras partes do mundo, o fervilhar de novos projetos musicais ainda não se refletia na criação de iniciativas similares no país. A expansão do indie tornando-o um movimento mais comum, vai se dar com a lenta e gradativa modernização do país. Em um breve exemplo do vai e vem das metodologias do indie, a Bee Keeper, gravadora que surge em 1995, ou seja, mais de 10 anos após o fim da Fundação Atlântica, vai apostar no coletivo, no artesanal, na oposição ao mainstream, empenhando-se em demonstrar que ele não é um fim, e que o indie pode ser um universo possível. No entanto, para tal, aposta vigorosamente na formação de redes, na troca dentro e fora do seu nicho, estabelece conexões fora de Portugal e traz para o país alguns procedimentos utilizados por outras indie pelo

mundo como a estadunidense K Records, de Seattle, Estados Unidos; e a Slampt, de Newcastle, Inglaterra. A Bee Keeper era a celebração do DIT em estado puro, em que qualquer pessoa, contando com sua rede de contatos, poderia levar em frente projetos até então vistos como inviáveis (“Teenagers from outer space. Faça você mesmo”, 1996).

A Facadas na Noite também investia na personalização das suas produções. Envolvendo um pequeno grupo de pessoas, Jorge Pereira fazia com que as cassetes do selo fossem pequenas peças de arte. “Os encartes eram feitos de cartolina, fotocopiadas, em duas cores, entre o castanho e o laranja. Dava um ar até profissional” (Pedro Portela em entrevista pessoal em 02/02/2022). Com isso, levou para Braga um novo tipo de música e de gestão – mais artística – de um selo musical e apoiado “num trabalho gráfico cuidadoso” (Jorge Pereira, citado em Quintela & Vinhas, 2015 p. 2) – que ajudaria a transformá-la num objeto de culto. Ao adquirir uma das fitas, comprava também a estética da Facadas na Noite, assimilando-a.

*Para cada edição foram (sic) feitos 50 + 50 exemplares, todos eles numerados e com versões distintas. A editora demonstrava um empenho gráfico assinalável para a época, evidente no design das capas (da responsabilidade de Jorge Pereira, um dos editores, e de Eurico Coelho, membro dos projetos h.I.S.T. e l'Ego) e no modo como as cassetes áudio eram condicionadas em embalagens vídeo e acompanhadas por livrinhos/fanzines em que se explicavam os universos estéticos e/ou ideológicos em que operavam as bandas e a editora (Quintela & Vinhas, 2015, p. 2).*

*A rede de contatos do Jorge fez as pessoas daqui conhecer pelo menos alguma parte desses selos estrangeiros. O programa de rádio não se restringia aos artistas ou lançamentos da Facadas e ali conhecíamos muitos artistas novos dentro desse espectro de música industrial/eletrônica. E a Facadas na Noite fez esse tipo de música se tornar conhecida em Braga, que sem o Jorge em Braga ninguém teria tido acesso (Pedro Portela, professor universitário, em entrevista pessoal em 02/02/2022).*

São diversos os modos de gerir iniciativas como essas. O que realmente determina as guinadas e os métodos utilizados serão as metas idealizadas. As da Fundação Atlântica e o da Bee Keeper passavam por descobrir novos nomes, dar espaço a diferentes sonoridades. Porém, se a primeira desejava se estabelecer como uma alternativa mais “profissional” - por mais paradoxal que seja se observarmos como foi gerenciada - a segunda pretendia se manter no nicho, na base do afeto e da proximidade, não desejava ser grande. Alegavam que diversas bandas sequer desejavam estar numa major devido aos exemplos estrangeiros das suas bandas favoritas que caíam no ostracismo ou de qualidade (geralmente ambos) quando assinavam por uma grande gravadora. São duas formas de determinar o caminho a seguir, os fins a serem perseguidos, tendo o mesmo ponto de partida.

Certo é que, aos poucos modos, menos “curiosos” e mais criteriosos foram se alastrando pelo país. A precariedade e a falta de recursos eram tomadas como fatores impulsionadores para que novas realidades fossem sendo construídas nos quatro cantos de Portugal. A Facadas na Noite foi precursora em expandir o leque de opções fazendo o movimento “de fora para dentro”. Com base no network, o selo introduzia em Portugal uma sonoridade mais radical da música eletrônica, além de dar à cena de Braga, mesmo que não fosse diretamente ligada a ela, no fim dos anos 1980 mais visibilidade e oferecer diversidade.

A Facadas na Noite surgiu como uma resposta ao afastamento de Braga e, mais amplamente, de um país predominantemente rurais, tradicionalistas e religiosos (Guerra, 2017c, p. 511). O selo desempenhou um papel pioneiro na introdução da música industrial e da eletrônica experimental em Portugal, oferecendo à comunidade musical de Braga perspectivas estéticas além do que era localmente produzido, influenciando preferências. Funcionava como um farol e um ponto de ancoragem para uma comunidade específica, estabelecendo-se como uma referência no *underground* bracarense. Através desse trabalho, uma pequena rede foi formada, circulando entre os gêneros musicais mencionados. A Facadas Na Noite desempenhou um papel educativo ao ampliar horizontes, expandir perspectivas e destacar que outras formas de música e linguagens eram possíveis.

*Muitas das pessoas que compravam os cassetes da Facadas da Noite, ou ouviam os artistas, hoje são professores, publicitários e continuam a gostar desse tipo de música devido ao selo. Quando a Rádio Universitária do Minho fez 20 ou 25 anos houve um almoço e estávamos à mesa eu, o Jorge e outras pessoas, radialistas mais novos. E num determinado momento um deles se dirigiu ao Jorge e disse “hoje estou aqui por causa de vocês. Vocês claramente foram os agentes mais importantes da minha educação musical” (Pedro Portela, professor universitário, em entrevista pessoal em 02/02/2022).*

Os anos 1990 mostravam um país mais aberto para se desenvolver. Com o desenvolvimento da infraestrutura, como a construção de autoestradas que interligavam diferentes regiões do país, setores anteriormente negligenciados pelo antigo regime ditatorial, como a cultura, começaram a se organizar. No começo da década foram criados órgãos como a GDA<sup>201</sup>, Gestão dos Direitos dos Artistas, entre outros, que se juntavam à SPA<sup>202</sup>, Sociedade Portuguesa de Autores<sup>203</sup>, para garantir às gravadoras

---

<sup>201</sup> <https://www.gda.pt/> Acessado em 25/10/2022.

<sup>202</sup> “A Sociedade Portuguesa de Autores (SPA) foi fundada em 1925 para exercer a gestão dos direitos de autor, nos termos da legislação nacional (Código do Direito de Autor e Direitos Conexos) e legislação internacional (Convenção de Berna de 1886 e Convenção Universal de 1952, ambas revistas em 1971). A SPA representa os autores portugueses de todas as obras literárias e artísticas, assim como os seus sucessores e cessionários, que nela estejam inscritos. Também representa os autores, sucessores e cessionários inscritos em, aproximadamente, 200 sociedades homólogas presentes em

e músicos o recebimento de direitos e *royalties*. Porém, só aquelas que estivessem ligadas à AFP<sup>204</sup>, Associação Fonográfica Portuguesa, o que não era o caso da esmagadora maioria das gravadoras indie nacionais. Portugal vivia no fim da década a expectativa pela Expo 98 e a cidade de Lisboa sofria modificações estruturais para receber o evento. Bairros eram remodelados, infraestruturas eram criadas que davam ao país um rosto mais moderno quase 25 anos depois do fim da ditadura. Alguns eventos foram dedicados para a música local, havendo espaço até para as produções de para gravadoras indie como a Bee Keeper, Low Fly, Garagem, entre outras.

Ainda assim, mesmo com mais facilidades para acompanhar o que acontecia no exterior, a década de 1990 marcava o início da percepção de que as gravadoras indie poderiam se expandir sem renunciar aos seus preceitos, negociando contratos de distribuição e utilizando a estrutura das grandes gravadoras para atingirem um público maior. Embora não tenha dado certo na maioria dos casos, resultando em conflitos e rescisões, pelo menos serviu para que as gravadoras indie tivessem contato com o mundo empresarial e percebessem que aquele tipo de negócio talvez não fosse tão comprometedor assim.

Em Coimbra, a Lux Records demonstrou pioneirismo ao estabelecer uma proximidade significativa com seus artistas. Além de gerenciar o selo, Rui Ferreira desempenhava o papel de empresário para as bandas, cuidando de atividades como agendar concertos e manter contato com a mídia especializada, entre outras responsabilidades “burocráticas”. Essa abordagem tornou-se um elemento determinante para criar condições que colocassem a cidade no mapa musical do país, integrando-a ao circuito independente e dinamizando intensamente a produção local. Rui Ferreira incentivou as bandas a transformarem espaços em Coimbra para atividades musicais, eliminando a necessidade de estar em Lisboa para viabilizar projetos (conforme entrevista pessoal em 04/02/2022), transformando Coimbra em um polo reconhecido e uma cena musical vibrante, apesar

---

90 países por todo o mundo, com as quais tem relações contratuais recíprocas. A SPA tem como principais funções autorizar a utilização das obras dos titulares de direitos de autor que representa, fixando as condições de utilização e cobrando os direitos correspondentes. Posteriormente, após dedução das comissões, distribui os montantes cobrados pelos titulares dos respectivos direitos” (Covas, 2008, p. 37) <https://www.spautores.pt/>. Acessado em 25/10/2022.

<sup>203</sup> Criada em 1925 sob o nome de SECTP, Sociedade de Escritores e Compositores Teatrais Portugueses

<sup>204</sup> “A Associação Fonográfica Portuguesa (AFP) foi criada em 1989 e atualmente é a única associação da indústria fonográfica em Portugal. A AFP é o grupo português da IFPI. Esta reúne as principais editoras discográficas que atuam no mercado português e as suas associadas representam mais de 95% do mercado. Os principais objetivos desta associação prendem-se com a defesa dos direitos e interesses da indústria fonográfica e as suas principais atividades são “o combate à pirataria das obras protegidas, o acompanhamento do processo legislativo a nível local e internacional e a divulgação de dados estatísticos (tabelas de vendas, levantamentos de mercado e atribuição de Galardões).” A AFP acompanha as atividades das autoridades policiais e ainda presta formação nas áreas técnicas relacionadas com a música gravada” (Covas, 2008, p. 36). Mais em <https://agc.sg.mai.gov.pt/>. Acessado em 25/10/2022.

da falta de estrutura, aproveitando ferramentas disponíveis para disseminação, como a Rádio Universidade de Coimbra (RUC).

Em Lisboa, no final da década, após abrir espaço para que os evangélicos fossem reconhecidos como produtores musicais para além do gospel, a Flor Caveira iniciou um processo de aproximação com a Valentim de Carvalho. Esse movimento envolveu o fornecimento de estúdios e distribuição por parte da Valentim de Carvalho, semelhante ao que ocorreu com a Fundação Atlântica duas décadas antes. Em troca, os artistas considerados de maior potencial comercial seriam explorados pela major. O responsável por esse acordo (verbal) era Francisco Vasconcelos, o mesmo que colaborou na criação da Fundação Atlântica duas décadas antes. Esse acordo permitiria, por um lado, a cooptação de artistas pelo *mainstream*, enquanto, por outro lado, possibilitaria uma maior divulgação da intensa produção desse nicho, mantendo o selo em atividade.

*Em 2008, o Francisco Vasconcelos nos ofereceu os estúdios, para editar alguns discos. Mas não houve contratos. Houve discos que gravamos lá e lançamos pela Flor Caveira sem o selo da Valentim. A ligação durou de 2008 a 2012. Alguns artistas continuaram com a Valentim como Samuel Úria. O Diabo na Cruz passou por lá (Tiago Guillul em entrevista pessoal em 08/02/2022).*

Com a chegada do novo século, as técnicas mercadológicas foram variando e se aprimorando, aumentando a busca pela sustentabilidade. A popularização da internet e de *sites* como Myspace, ofereciam a possibilidade de edições virtuais, mais facilidade de contato, barateando os custos. A Flor Caveira foi uma das precursoras no uso do Myspace em Portugal, promovendo o catálogo do selo pelo *site* e se conectando com fãs em diversas partes do mundo.

*A Flor Caveira nasceu na altura como um site onde publicávamos textos (...) crítica musical de coisas que estavam a sair na altura ou então até de discos mais antigos e havia uma vinheta que eu tinha desenhado com uma caveira e com uma flor que se tornou o selo que começamos a por nos discos. Mais tarde começamos a numerá-los. A partir desta numeração a Flor Caveira tornou-se uma editora e com o advento do Myspace íamos conhecendo gente de fora que não tínhamos qualquer tipo de relação. Começamos a convidar a se juntar a nos e houve malta que veio a fazer parte deste universo Flor Caveira (Samuel Úria como citado em Ferreira & Clérigo, 2015).*

Mas o início da virada para um tipo de gestão mais profissional em Portugal se dá com a criação da Bor Land, no Porto, em 2000. Desde a concepção do selo, Rodrigo Cardoso tinha como meta diversificar os horizontes musicais, não se “prendendo” a um determinado gênero, porém, devido a uma estética própria e a procedimentos mais organizados, conseguia imprimir nos lançamentos uma “cara”, uma chancela de qualidade reconhecível por fãs e jornalistas. “Por mais que que as bandas

possam estar um bocadinho afastadas, as pessoas arranjam uns elos e acabam por lhes reconhecer um “som Bor Land”, o que nos satisfaz” (Rodrigo Cardoso como citado em Sardinha, 2005, p. 7). Além da sonoridade, a Bor Land queria ser uma gravadora de abrangência nacional. O primeiro lançamento, como de costume, foi uma coletânea chamada Looking for Something, em outubro de 2000, que apresentava bandas como Freud's Quest, Moving Cool, Modelo, entre outras de cidades diversas como Ponta Delgada (nos Açores), Mindelo e Caldas da Rainha, não se fixando numa região do país e sim refletindo o gosto pessoal de Rodrigo Cardoso.

A importância do *do-it-together* se mostrava com a parceria entre Rodrigo e o músico Paulo Miranda, ligado no passado a bandas como o Croix Sainte e Unplayable Sofá Guitar, que abria o Amp Studios em Viana do Castelo para o registro e produção das bandas do selo. Além disso, mantinha uma outra colaboração com a agência O Rouco para distribuição dos fonogramas e agenciamento de concertos. Uma estrutura com algum cariz profissional que vai plantar sementes em selos que surgiram poucos anos depois como a Lovers & Lollypops e a Omnichord Records.

Aqui, pode-se fazer um aparte para dissertar rapidamente sobre uma das formas mais comuns e que espelha diretamente o DIT na edição que são as coletâneas. Várias bandas em um álbum eram uma forma de demonstrar não só a abrangência sonora dos selos, mas como a reunião de artistas em torno deles. As coletâneas eram lançamentos frequentes entre os selos indie como forma – inclusive mais barata – de promover uma maior quantidade de uma só vez de novos artistas que surgiam por todo o país. Funcionavam como retratos, “documentos do estado da nação *underground*” (Fradique, 1996, p. 25). As compilações serviam como trampolim, balões de ensaio, para as bandas terem a possibilidade de editar discos próprios posteriormente.

Nas Caldas da Rainha, por exemplo, o lançamento de um single triplo em 1993 (algo inovador para a época) é um marco significativo para a música local. Além de bandas da região, o single apresentava grupos de outras cidades, como Lulu Blind, More República Masónica, Cosmic City Blues e Lesma, tornando-se peça de colecionador. Coletâneas – hoje um tanto em desuso – eram como uma tradição do indie português e não podemos não citar talvez a mais relevante delas, “Divergências”, da Ama Romanta, de 1986, além das editadas pela da Dansa do Som com os destaques dos Concursos

de Música Moderna, e de outras pelo país adentro que procuravam de um meio abrangente e simples divulgar o maior número de novos atos em um fonograma<sup>205</sup>.

O crescimento da demanda levou à integração de mais colaboradores na Bor Land, e cada ator ou grupo deles se dedicava a tarefas específicas. O selo ampliou sua atuação ao se envolver com outros selos semelhantes, como a Low Fly, a Skud & Smarty (de Viana do Castelo), a produtora Subotnik (subsidiária da Lux Records) e a Popstock, esta última com atuação em toda a península ibérica, incluindo a distribuição de discos da gravadora britânica 4AD. As práticas da Bor Land no mercado foram reconhecidas como pioneiras, expondo as necessidades e as carências do meio indie português, ao mesmo tempo em que demonstravam a viabilidade de um caminho alternativo. “Praticamente todas as edições são muito bem recebidas pela crítica, conseguindo alcançar uma unanimidade de opiniões. Durante os últimos cinco anos, a editora tem conseguido crescer, de uma forma sustentável e legítima” (P. Marques, 2008).

A Bor Land preocupava-se em estabelecer uma relação mais próxima com a imprensa, enviando regularmente *press releases* acompanhados dos discos e material de divulgação em geral. Por exemplo, mantinha acordos com o Jornal Blitz para a cessão de CDs promocionais das bandas lançadas pelo selo ou de bilhetes para concertos. O aspecto gráfico também era de suma importância para o selo, cujas edições se destacavam pela qualidade e pela beleza estética. A abordagem direta e inovadora na gestão, com edições financeiramente sustentáveis e esteticamente atraentes, refletia a noção de que era necessário consolidar uma base sólida em Portugal antes de buscar projeção internacional. “Gostamos de ver coisas diferentes, objetos diferentes. Não é o disco só pela música, mas também por aquilo que se pega, que se toca” (Leonel Souza, manager, Bor Land, como citado em Sardinha, 2005, p. 7).

A Bor Land foi uma das primeiras gravadoras a ter uma presença online significativa, oferecendo vendas pela internet a preços mais baixos do que as edições físicas. Em 2005, anunciou a criação de um clube de assinantes, garantindo ao selo receitas regulares. A assinatura proporcionava aos membros receber em casa as edições do selo antes do lançamento nas lojas, além de oferecer descontos de até 50% na compra de discos pelo site oficial bor-land.com. Essa abordagem refletia a visão de profissionalização dos selos indie como uma saída para o nicho, e os eventos eram

---

<sup>205</sup> Outras coletâneas também foram importantes na época como “Portugal Rebelde” volumes 1 e 2 (Global Records); “Portugal Rock” (Independent Records); ou “10 anos sempre no Ar - Rádio Universitária de Coimbra”, esta ligada diretamente à gênese da Lux Records.

organizados por pessoas terceirizadas, permitindo negociações mais vantajosas para os artistas e para a própria gravadora.

*No início a Bor Land começou com a música alternativa porque era naquilo em que eu me sentia mais à vontade. No entanto, hoje, já não possuímos tanto essa identidade pequena e fechada, mas já alargamos para outras áreas: em 15 discos editados já trabalhamos com música electrónica, música contemporânea e até vamos editar agora um trabalho para guitarra solo. Tentamos ser diversos. Até já editamos o disco do Carlos Bica por exemplo. Mas nós não temos propriamente uma missão, nós fazemos porque gostamos. Não temos nenhum quadro com tópicos de como é que isto se faz (Rodrigo Cardoso como citado em Simões, 2008, pp. 73–74).*

Em meio a esse processo de reconfigurações, a Lovers & Lollypops destaca-se como um expoente do indie mais profissional em Portugal. Surgindo em meio a uma grave crise econômica no país, a gravadora não apenas sobreviveu, mas prosperou ao adotar táticas inovadoras inspiradas em cenas mais desenvolvidas, como a de Barcelona. Tornou-se mais do que uma gravadora, criando um dos festivais mais representativos da vanguarda musical em Portugal, o Milhões de Festa, sediado em Barcelos, que transformou o cenário local e impulsionou o turismo relacionado a festivais na região. Além disso, a Lovers & Lollypops expandiu sua atuação recentemente para a produção do Tremor, nos Açores, um festival que explora um território turístico combinando paisagens e espaços locais com música.

*O primeiro Milhões de Festa, em 2010, foi um choque de realidade para nós. Tínhamos zero experiência em organizar festivais de verão e de repente e quase sem querer tínhamos algo megalômano para organizar. E foi uma experiência muito forte, muito dolorosa. Aprendemos a fazer. Cometemos muitos erros, e continuamos a cometer, e vamos aprendendo sempre (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).*

Desse modo, a Lovers & Lollypops é responsável direta

*pelo ímpeto cultural independente gerado em Barcelos no início da década de 2010 através do florescimento do festival Milhões de Festa e de bandas como Glockenwise, Black Bombaim ou Killimanjaro. Na cidade onde nasceu, Márcio colabora atualmente com as associações culturais locais Zoom e A Macho Alfa, que habitam duas das 20 lojas do Barlos (P. M. Magalhães, 2022).*

O selo expandiu seu leque de atuação, transformando-se em uma agência que adota uma abordagem de gestão 360° para os artistas. Além de se dedicar à edição musical, também administra carreiras. No entanto, mesmo com essa ampliação de serviços, a abordagem mantém uma conexão sólida com valores afetivos, preservando a essência que caracteriza sua identidade no cenário musical

independente. “Já trabalhamos com distribuidoras, mas decidimos falar diretamente com as lojas. Principalmente com as quais temos afinidade. E temos uma distribuidora internacional que faz o trabalho para lojas na Europa” (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).

Apesar de adotarem uma abordagem mais profissional, esses selos compartilham a característica de não formalizarem contratos assinados com seus artistas. Essa prática, no entanto, não deve ser confundida com informalidade. Nesse modelo de gestão, acordos verbais são valorizados, baseados no apoio mútuo e na confiança entre as partes. Normalmente, esses acordos são estabelecidos a cada lançamento, permitindo que os artistas tenham a liberdade de gerenciar seu futuro da maneira que considerem mais adequada. Não existem vínculos que os “prendam”, e cabe aos artistas decidir se desejam continuar no selo ou buscar outras oportunidades.

*Temos a necessidade de chegar a outro patamar e oferecer aos artistas com quem trabalhamos outro tipo de suporte. Hoje uma banda pode facilmente tomar a frente de todo o processo a partir de casa. Botar numa distribuidora digital. replicar o disco facilmente. Contrata uma assessoria de imprensa e arruma um agente de booking e pronto. Para um grande plano o papel, a gravadora pode ser facilmente retirada da equação. É algo que temos bastante consciência. E dizemos para as bandas “o que temos aqui é essa estrutura de suporte que haverá sempre, apesar do apoio financeiro não temos como dar dinheiro de avanço, não há forma de investir, mas vai haver sempre o suporte. Apoio logístico, criativo e fazer parte de uma rede que existe. Temos a consciência de que os artistas também gostam de fazer parte desse selo (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).*

Em 2011, a Lovers & Lollypops inovou ao lançar um “passe social” por 25 euros, permitindo assistir a 12 concertos de bandas do selo no Porto, escolhidos pelos portadores do passe ao longo de um determinado período. Essa iniciativa dinamizou a cena local durante tempos de crise, beneficiando não apenas as bandas, mas também bares, clubes e outros espaços (Produtora Lovers & Lollypops lança “Passe Social” para acesso a concertos a metade do preço normal, [s.d.]). Além disso, em 2020, a Lovers & Lollypops fundou o Clube Lovers & Lollypops<sup>206</sup>, oferecendo aos assinantes acesso a conteúdo exclusivo, como discos, cassetes e shows online, em diferentes níveis de participação (Almeida, 2020). Em uma ação semelhante ao que a banda inglesa Radiohead fez com o álbum *In Rainbows*, em 2007 (Ney, 2007), o selo disponibilizou seu catálogo online durante abril e março do mesmo ano, permitindo que os interessados adquirissem discos mediante o pagamento do valor que desejassem. Os lucros obtidos tinham o objetivo de amenizar os impactos da pandemia da Covid-19

---

<sup>206</sup> <https://www.lovandslollypops.net/pt/#producoes>. Acessado em 26/10/2022.

sobre músicos e outros profissionais do meio, como produtores, técnicos e engenheiros de som, entre outros.

Essas atividades conferem aos selos indie um reconhecimento e uma credibilidade que transcende sua função tradicional de editores fonográficos, tornando-os agentes de transformação nos âmbitos musical, cultural e social. Esses selos desenvolvem um *know-how* mais amplo, expandem suas redes de contatos, exploram novas possibilidades artísticas e territoriais, e têm uma compreensão mais clara sobre potenciais investimentos. Embora não estejam isentos de cometer erros, suas ações derivam de ambientes mais equilibrados, com os “pés no chão” e uma compreensão realista de suas limitações. A divisão interna em “setores” dentro dessas organizações também se torna necessária para lidar com burocracias, tornando-as elegíveis para receber apoios institucionais ou patrocínios. Elas desempenham um papel transformador em um cenário que exige inovação constante e atenção às mudanças ao seu redor, destacando a necessidade de reinvenção para garantir a sobrevivência.

*É importante entender para ter uma gravadora em Portugal tem que fazer tudo e mais alguma coisa. Porque os discos no final das contas não são a principal fonte de renda. Nossos objetivos nos discos é que eles se paguem. Nossas edições são de 300, 500 cópias. Precisamos sempre de alavancar outro tipo de projetos, seja de produção, curadoria, agenciamento, para que possamos continuar a editora que é o nosso coração. E todos nós somos membros desse coração. É preferível dividir a estrutura em diferentes partes. Faz mais sentido, a criação, produção, distribuição estarem separadas. Somos uma guarda-chuva muito grande que alberga uma série de ideias e processos, mas nem todos tem que estar na mesma prateleira. Isso vai muito ao encontro na indiferença, no não esclarecimento e na ignorância do poder público numa estrutura como é a Lovers. Para eles somos uma editora, uma empresa como qualquer outra. Estamos no mesmo caso que uma empresa que organiza casamentos. E não conseguimos argumentar por apoios. Não somos elegíveis para quase nenhum apoio na cultura. Porque a cultura em Portugal supostamente não pode dar lucro e estamos numa empresa que tem que dar lucro. Estamos num paradoxo enorme. A única forma de resolver é jogar outro tipo de cartas (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).*

O aspecto social assume uma importância significativa devido à estreita conexão que estabelece com o território. A sustentação de uma cena musical (e dos negócios associados a ela) depende da renovação e expansão de públicos, e projetos comunitários e educativos se tornam fundamentais para algumas gravadoras indie.

Um exemplo a se destacar é o programa “Jovens Músicos” promovido pela Hey, Pachuco!. Neste programa, adolescentes do Barreiro têm a oportunidade de ensaiar gratuitamente em um estúdio disponibilizado pelo selo. Em contrapartida, a Baía do Tejo, empresa responsável pela gestão

territorial do local onde o estúdio está situado, oferece uma redução no aluguel. Em reconhecimento a essa iniciativa, a Hey, Pachuco! recebeu em 2014 a homenagem “Barreiro Reconhecido” da Câmara Municipal local, na área da Cultura, Artes e Letras. O programa, criado a partir da plataforma Music Factory, da própria Hey, Pachuco! para captação de apoios para projetos de inclusão social com empresas e setor público, desempenha um papel crucial na formação de novos músicos, bandas e outros agentes envolvidos nas atividades musicais do Barreiro.

Um deles, Guilherme Firmino, nascido à época da primeira edição do Barreiro Rocks, em 2000, é hoje um dos produtores da Hey, Pachuco!. Estudante de design em Lisboa e músico da banda local Humana Taranja<sup>207</sup>, representa a renovação da cena, o fomento de uma nova geração que cresceu frequentando o Barreiro Rocks e que, segundo Carlos Ramos, tem ajudado na revitalização e na redefinição do que será o selo para os próximos anos, assim como da própria cena musical do Barreiro.

*Depois de começarmos a ensaiar no estúdio, fomos aos concertos, ao Barreiro Rocks, conhecer pessoas... A minha adolescência foi toda em torno dos eventos da Hey, Pachuco! no Barreiro. E, por isso, ela tem influência direta na minha atividade hoje como produtor cultural (Guilherme Firmino, produtor musical, em entrevista pessoal em 15/04/2021).*

Outro caso de novos empreendimentos que unem a música com a formação de audiências e juventude é o projeto “Música Omnipresente”<sup>208</sup>, realizado pela Omnichord Records. Artistas do selo atuam na orientação musical de crianças de escolas públicas da região de Leiria do 1º e 2º ciclo. A ideia, lançada em 2019, pretende, segundo Hugo Ferreira, atingir nos próximos anos 15 mil alunos da rede educacional de Leiria e arredores. Além disso, a Omnichord é responsável ou tem participação direta em diversos eventos que acontecem regularmente na cidade como os festivais A Porta, Entremuralhas, Clap Your Hands Say F3st, e o itinerante Mapas<sup>209</sup> que leva shows por diversas partes da região em um ônibus adaptado para a prática musical. “Não basta fazer música. Há que ter um trabalho que envolva a comunidade e a educação” (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020). O selo ampliou as atividades para produções audiovisuais (não só para artistas musicais) oferecendo os serviços a empresas em todo o país. E, assim como a Lovers & Lollypops, possui funcionários remunerados. Se também se baseia no voluntarismo da comunidade em torno

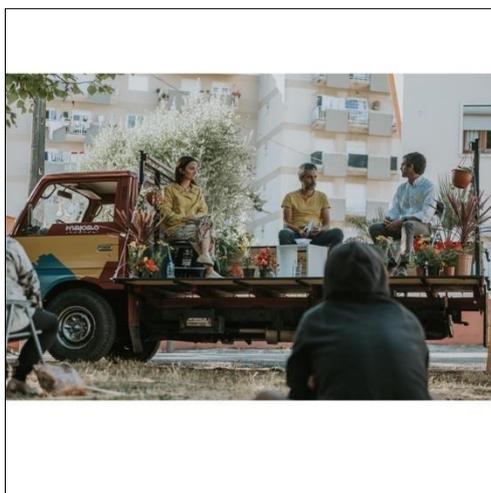
---

<sup>207</sup> <https://humanataranja.bandcamp.com/>. Acessado em 26/10/2022.

<sup>208</sup> <https://omnichord.pt/musica-omnipresente/>. Acessado em 28/06/2021.

<sup>209</sup> <https://omnichord.pt/>. Acessado em 22/10/2022.

dela, manter pessoas assalariadas, a “segurança laboral”, é fator determinante para conseguir trabalhar a cultura na região de maneira regular (M. Lopes, 2022).



**Figura 17** - Um dos palcos do festival itinerante Mapas, Setembro de 2020. Fonte: <https://omnichord.pt/>.

Essa pequena, porém, vívida estrutura permite, além da criação e da gestão os eventos, manter um braço de aluguel de equipamentos e oferecer serviços como curadoria para espetáculos. Isto faz o selo ser reconhecido como uma forma cultural e “[a] forma como tem agido, intervindo localmente, mas pensando de forma global, dinamizando projetos comunitários, agregando criativos de diversas áreas, é disso prova inequívoca” (M. Lopes, 2022, p. 24). Além disso, Hugo Ferreira tem estreitas ligações com associações como a Associação de Músicos Artistas e Editoras Independentes (AMAEI) e a Why Portugal, que tem como meta principal, a difusão internacional da música indie portuguesa.

*Eu tenho uma empresa de moldes, que não tem nada a ver, mas é ótimo porque corre muito bem e me permite gastar em música. E ajuda a ter noção de como lidar clientes, com fornecedores, tentar fazer as coisas passo a passo, fazer um planeamento estratégico. Entendo melhor como são determinadas as coisas que é muito importante para montar um negócio. Como em qualquer empresa nós não podemos viver só de paixão, mas temos que tentar pôr paixão em tudo aquilo que fazemos para sermos melhores do que os outros (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020).*

Porém, nem todas possuem estruturas como a Lovers & Lollypops e a Omnichord. Operando essencialmente no voluntarismo, a Revolve, em Guimarães fez o caminho inverso da maioria das indie aqui pesquisadas. Ao começar as atividades como produtora, possibilitou a dinamização a cena vimaranense e aproveitou a expansão de bandas e projetos para dar vida ao selo como forma de

absorção da movimentação que ela mesma foi determinante para impulsionar. As receitas geradas pela produtora, assim como na Lovers & Lollypops, ajudam a manter o braço editorial da Revolve.

*A promotora durante muitos anos serviu e ainda serve para alimentar este “devaneio” da gravadora. É vital para financiar tudo que um lançamento implica, porque não é só a gravação física e o que vimos num disco, não é? Não é só fotografia, não é só design, não é só a impressão, não é só a fábrica, não é só a gravação de disco, não é só a masterização. Ou o pagamento a músicos convidados, por exemplo. Há, por exemplo, a comunicação para fazer, porque não faz sentido lançar um disco e as pessoas não terem conhecimento dele. Com o lucro conseguimos reinvestir nesta ideia, neste “devaneio” que é ter uma gravadora discográfica independente nos dias de hoje, no mercado como é o português (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

A Revolve adota uma estrutura organizacional que envolve a presença de indivíduos especializados ou serviços terceirizados em áreas como jurídica, contábil e captação de recursos. Devido à ausência de salários fixos, os colaboradores são remunerados com base na realização bem-sucedida dos projetos. A Revolve também conta com apoios institucionais, como os da GDA, que, mesmo irregulares, contribuem para a sustentabilidade do selo. O relacionamento com o poder público local, ao longo do tempo, permitiu que a cidade reconhecesse o impacto transformador das iniciativas da Revolve, embora as verbas repassadas ao selo ainda sejam limitadas. Rui Dias destaca que a nomeação de Guimarães como Capital Europeia da Cultura em 2012 desempenhou um papel crucial, ao menos, na viabilização de uma nova perspectiva cultural para a cidade<sup>210</sup>. Essa relação foi gradualmente se estreitando, transformando a Revolve de uma atividade cultural marginal para uma entidade reconhecida como contribuinte significativa à cena cultural da cidade. Ao longo desse processo, a Revolve passou a ser vista não apenas como uma iniciativa marginal, mas como um elemento que poderia elevar o perfil cultural da cidade, funcionando como um braço importante da administração local. O papel preponderante da Revolve na exploração de espaços culturais tem desempenhado um papel central em fazer de Guimarães um ponto focal nessa nova interpretação da cultura em Portugal conduzida por iniciativas independentes.

*Em 2012 conseguimos um primeiro apoio via Fundação Cidade Guimarães. Há uma ajuda, mas claramente insuficiente. E eu acho que isto tem muito mais a ver com uma falta de visão, ou até com uma falta de avaliação porque nós não pedimos tratamentos diferenciado, nós queremos é que de fato alguém avalie com algum sentido prático o*

---

<sup>210</sup> <http://www.guimaraes2012.pt/>. Acessado em 26/10/2022.

*que é que isto tem trazido a cidade e aquilo que nós fazemos português (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

A burocracia estatal se apresenta como um desafio significativo para os selos indie em busca de apoios públicos. Muitos selos optaram por se transformar em associações culturais, visando aumentar sua elegibilidade para candidaturas a esses recursos. No entanto, mesmo demonstrando serem agentes dinamizadores de realidades e territórios, essas gravadoras ainda enfrentam inúmeras dificuldades devido a questões burocráticas, muitas vezes relegando produções desse tipo a um segundo plano.

*Sempre tivemos boas classificações, mas nunca conseguimos ganhar e eu suspeito que estejamos naquele limbo em que somos muito comerciais para a vertente artística, ou seja para a DGArte, mas talvez muito independentes e alternativos para as marcas também vislumbrarem alguma visibilidade (Carlos Ramos em entrevista pessoal em 15/04/2021).*

*Estamos naquele limbo: somos uma empresa importante, mas legalmente nos enquadrámos num espectro que não está previsto nos apoios. Isso é algo que estamos percebendo que talvez aos olhos do poder público não temos esse tipo de estrutura. Legalmente nos enquadrámos em um espectro que não está previsto para captarmos apoios. É preferível dividir a estrutura em diferentes partes: a criação, produção, distribuição, entre outros. Somos uma estrutura que abriga uma série de ideias e processos, mas nem todos tem que estar sob o mesmo guarda-chuva. Isso demonstra um pouco a indiferença e a ignorância do poder público em relação ao que é a Lovers. Para eles somos uma gravadora, uma empresa como qualquer outra. Estamos no mesmo caso que uma empresa que organiza casamentos. E não conseguimos pedir apoios. Não somos elegíveis para quase nenhum apoio na cultura. Porque a cultura em Portugal supostamente não pode dar lucro e somos uma empresa que tem que dar lucro. Estamos num paradoxo enorme. No caso dos festivais é diferente. Aí temos apoio do poder local. Nos Açores organizamos o evento como uma associação e a Lovers entra como uma prestadora de serviço. Tivemos que criar uma associação e só assim podemos realizar o Tremor (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).*

Portanto, estruturas como estas buscam operar com fluxos de trabalho bem definidos para otimizar tempo e recursos. A abordagem mais responsável e empresarial adotada por essas iniciativas auxilia os jovens empreendedores a lidarem de maneira mais eficiente com apoios e as respectivas cobranças por resultados. Essa abordagem permite a expansão do alcance para outras áreas do país, atraindo projetos musicais interessados em colaborar com esses selos indie. “Estamos a abraçar projetos com dimensão nacional, com músicos de Lisboa que nos contatam e recebemos inúmeras solicitações, não imaginas quantas. Nós não podemos atender a todos, mas isso é um espanto, claro” (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).

Selos como a Lux Records e a Zigur Artists buscam ser trampolins para os artistas, proporcionando a oportunidade de lançar seus primeiros álbuns e entrar no mercado fonográfico. Em geral, o objetivo é profissionalizar os processos para formar, no mínimo, um mercado “médio” em Portugal, ou seja, algo que não seja nem completamente mainstream, nem totalmente *underground*, mas sustentável e democrático. Essa abordagem visa equilibrar a necessidade de sustentabilidade financeira com a promoção de diversidade e democratização no cenário musical do país.

*Portugal era dividido entre bandas mainstream e bandas de garagem. Começou, no meio dos anos 2000, então a aparecer um setor intermédio que é liderado essencialmente pelo Linda Martini, Black Bombaim, bandas que ganham um determinado tipo de relevo, mas não são mainstream, nem são bandas de garagem. Tem um certo nível de profissionalismo. E esse setor começa a se formar nessa altura também impulsionada no norte de Portugal pela Lovers & Lollypops, Amplificasom (produtora de eventos), que começam a fazer concertos, festivais, trazer bandas de fora de Portugal etc. Começava a se formar a sensação de que nós em Portugal somos constantemente tachados de bandas de garagem, mas na verdade já temos algum nível de profissionalismo (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

A Zigur Artists, ao adotar métodos mais estruturados, buscou realizar o que Afonso chama de "ativismo cultural". Em meio à crise econômica, a gravadora procurou incentivar um ambiente em que, mesmo que não fosse viável viver exclusivamente da música, ao menos a sua prática fosse mais disseminada e acessível. A estratégia envolveu a divisão de atribuições dentro da pequena comunidade em torno do selo, potencializando as aptidões individuais. Enquanto alguns membros cuidavam das rotinas de gravação e edição, outros gerenciavam os concertos, alguns se dedicavam à publicidade, e assim por diante. Dessa forma, foi possível criar e manter processos qualificados e organizados.

*Começamos a fazer um trabalho de edição bem profissional. Desde a gravação até o produto final. E à medida que íamos fazendo, as pessoas a nossa volta, os nossos amigos, outras da cidade queriam também começar projetos e percebemos que havia um grupo de pessoas que criava vários tipos de música e um caminho a trilhar (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Como estavam em uma localidade que não chamava a atenção da imprensa especializada, travar um relacionamento saudável com a mídia foi um dos passos iniciais para que as produções da Zigur Artists pudessem ser notadas, seguindo os passos da Bor Land. *Blogs* e programas em rádios universitárias foram fundamentais para que o selo pudesse disseminar a produção por todo o país e até no exterior.

*O que nos ajudou bastante foi que surgimos na era dos blogs. Nós tivemos muita cobertura de blogs como o Bodyspace, Bram Morigan, A Trompa, o programa de rádio*

como o Santos da Casa da RUC. Esses foram os veículos que nos deram muito apoio e que possibilitou um espaço. Tivemos sorte que uma revista, *Monocole*<sup>211</sup>, fez uma peça sobre Portugal e nos citou lá pelo festival e pela gravadora. Isso nos deu um impulso e chamou a atenção de alguns jornalistas daqui (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).



**Figura 18** - Festival Zigur Fest, setembro de 2018. Fontes: <https://tinyurl.com/mr28ftv> e <https://tinyurl.com/4eu3rvm2>.

As formas de coletivismo vistas nestes nichos permitiram a maior partilha e o desenvolvimento de ideias. A troca como prática comum para melhores resultados. Desse modo, pensando em conjunto, esses grupos conseguem sobreviver mesmo estando à margem dos grandes palcos e vendagens. Em Lisboa, dois dos expoentes desse modo de trabalho são a Cafetra Records e a Xita Records. Como visto no capítulo anterior, não possuem *managers*, figuras centrais. Todo o grupo - teoricamente - tem igual peso nas decisões. O que chama a atenção em praticamente todos esses novos coletivos é a combinação da pouca idade (alguns não chegavam aos 20 anos quando seus selos foram criados) com a gestão. Não falamos aqui de projetos prontos, mas de jovens abertos ao aprendizado, ao autodidatismo, de conduzir seus empreendimentos das mais variadas formas. No caso da Cafetra e da Xita, estar na capital ajuda com a proximidade da mídia e melhores estruturas. Assim, conseguem combinar o trabalho formal com as turnês e a gestão dos selos.

Utilizam o Bandcamp como loja virtual e principal plataforma de venda e de contato com fãs. Organizam-se a cada lançamento para divulgar utilizando a internet e direcionar as vendas para o *site*. Lançam singles e álbuns virtuais e contam com o apoio do nicho para disseminá-los. Somente alguns lançamentos são feitos de forma física e com estratégias de vendas elaboradas para não oferecer risco

---

<sup>211</sup> <https://monocle.com/magazine/issues/57/lusophone-top-20/>. Acessado em 23/02/2022.

de prejuízo, como acordos com lojas de discos independentes tanto em Lisboa quanto no resto do país. Circulam os lançamentos, fazem contatos com a mídia e alargam os raios de ação nutrindo uma base de fãs e dando a conhecer novos artistas.

Por se localizarem em Lisboa dispõem de uma variedade maior de espaços para promover seus artistas, que possibilita um circuito regular de concertos e eventos, como as Noites Cafetra e Noites Xita, festas pelos palcos pela cidade de Lisboa mesclando música, ativismo social, artes plásticas e até gastronomia.

*Continuamos a transgredir e quebrar uma série de regras, ter novas ideias, uma relação com a nossa arte novos métodos, novas linguagens. Sempre verdadeiros a esse fio condutor, que não é imposto, que é natural. Mas só agora começo a pensar mais em como esse “produto” chega aqui fora, pois só agora somos pessoas mais “consistentes” (Manel Lourenço em entrevista pessoal em 22/02/2022).*

O sentido coletivo não se dá só dentro desses nichos, as práticas para a expansão dos selos precisam passar pela colaboração entre eles e com outras iniciativas como agências de *management*. Importante para a sequência dos trabalhos foi juntar forças com associações culturais como a Filho Único e a Maternidade que têm nos seus escopos a criação de eventos e de círculos musicais que se autossustentem. Os eventos dessas duas iniciativas ajudaram a abrir espaços para os artistas dos dois selos, como plataformas para dinamizar a atividade cultural na cidade e serviram de aprendizado tanto para a Cafetra quanto para a Xita, que se atualizam a todo instante para garantir a durabilidade dos projetos e a continuidade na edição.

*Eu acho que o que fazemos na Cafetra é bastante único. Ainda durar é algo único. Isso é diferente. Os discos continuarem saindo. Continuar a fazer e lançar música com alguma regularidade. A maior parte das gravadoras acaba. Isso para mim é o importante. Continuar a gravar discos e ser um grupo de pessoas que gosta de música, fazer música, falar de música, tocar (Lourenço Crespo em entrevista pessoal em 03/02/2022).*

Se no passado associações foram pensadas e criadas para proteger o setor, mas que não resistiram, hoje em dia, vê-se iniciativas como a AMAEI que procuram trabalhar a música independente (e não só indie) tendo em vista as particularidades do mercado local. A entidade procura dar suporte à selos, artistas e bandas à margem do mainstream, capacitando-os em questões administrativas como recolha de direitos conexos, por exemplo. Ainda que haja, segundo alguns entrevistados, muito a melhorar, o fato de a AMAEI existir é uma das provas de vitalidade do meio em Portugal.

*A Amaei é precisamente esse canal de profissionalização que permite primeiro adquirir o conhecimento, e depois poder de fato profissionalizar uma determinada atividade. Ou através da abertura de uma nova empresa, ou através de inscrição de uma empresa pré-existente (Nuno Saraiva em entrevista pessoal em 28/03/2022).*

Outra iniciativa intimamente ligada ao mundo independente é a Why Portugal, projeto que visa facilitar a difusão internacional da música local e que foi intimamente responsável pela escolha de Portugal como *Country Focus* da edição 2017 do festival Eurosonic, em Gronigen, Holanda. A participação permitiu, aos olhos de alguns entrevistados, que “[p]rofissionais internacionais começam a ter noção de que em Portugal há música de vários estilos com níveis de produção com uma qualidade superior ao expectável com tão pouca estrutura e apoios” (Ana Figueiredo, AMAEI, como citada em Melo, 2017).

Esses dois projetos em Portugal são semelhantes a várias outras iniciativas que existem em todo o mundo. Conectam-se entre si e estabelecem parcerias com empresas dedicadas a impulsionar o cenário independente, como a Impala ou a Merlin. Isso significa que não apenas selos e artistas estão se organizando, mas essas associações também trazem uma camada mais profissional ao meio em Portugal. Embora recebam críticas por privilegiar alguns artistas e selos em detrimento de uma maior democratização, são passos significativos que têm contribuído - mesmo com problemas evidentes - para posicionar o país no mapa da produção musical independente.

No entanto, o mercado fonográfico continua sendo um terreno desafiador para as gravadoras indie, especialmente com a predominância das plataformas de streaming. A suposta democratização ocorreu nos processos de produção e divulgação, mas não tanto na geração de receitas. Destacar-se nesse ambiente digital tem sido uma tarefa árdua para os selos indie. A música, no contexto do streaming, muitas vezes serve como uma ponte para a venda de serviços, produtos, aplicativos e publicidade online. Ela responde rapidamente às demandas de comodidade, conectividade, velocidade e mobilidade (Hesmondhalgh & Meier, 2018). No cenário online, a presença ao vivo é cada vez mais valorizada e praticada por esses selos. Além de ser uma ferramenta de divulgação, os concertos e festivais desempenham um papel crucial na obtenção de recursos para manter as gravadoras em atividade e investir em novos projetos.

A ascensão do streaming tem gerado impactos significativos nos selos indie em Portugal, seguindo uma tendência global. Apesar da expectativa inicial de democratização, a realidade atual destaca o domínio das grandes gravadoras, as chamadas majors, impondo desafios consideráveis aos

selos locais. O diálogo em torno do futuro das gravadoras torna-se central, como apontado por Passman (2021).

*Sem o interesse das majors em apostar em novos nomes, faz com que seja inevitável que essas pequenas gravadoras, que não são só gravadoras, floresçam por todo o país, funcionando como agregadores de criatividade. Não é mais preciso esperar pela grande gravadora prestar atenção. Esses selos conseguem trabalhar melhor no local e com alguma facilidade - porque o país é pequeno e todo mundo se conhece - pôr em rede essas bandas a circular (Mário Lopes, jornalista, em entrevista pessoal em 17/02/2022).*

Posicionamentos de algumas gravadoras indie da contemporaneidade como Omnichord Records (Leiria) e a Lovers & Lollypops (Porto) são alguns exemplos de valor em relação aos desafios apresentados e como se mantém longevas em um cenário continuamente pouco atrativo.

*Tudo isso tem a ver com o desafio da escala do nosso mercado onde todos temos que fazer provavelmente muito mais trabalho em várias frentes, e várias vertentes do que teríamos se o mercado tivesse uma dimensão maior, como por exemplo, é o caso da França ou da Alemanha. O maior desafio que temos pela frente é também perceber como furar esses mercados. Em Portugal, não existe uma curadoria dedicada à música do nosso país nas plataformas. Logo, como melhoramos o nosso conhecimento no marketing digital para conseguirmos contornar essa questão? (Nuno Saraiva em entrevista pessoal em 28/03/2022).*

A “desmaterialização” musical não significa que o formato físico fique de fora. Pelo contrário, essas gravadoras constantemente lançam no mercado versões em vinil, CD ou mesmo cassete, apostando na fidelidade dos seus nichos e no afeto destes em relação ao físico (Sax, 2017). Porém, são provenientes de planejamento, ou seja, não podem onerar os já reduzidos orçamentos, lançadas com planejamento prévio e cuidadoso e muitas vezes os custos são compartilhados com os artistas. Esses selos também apostam em outros materiais que, inclusive, possuem maiores margens de lucro, como camisetas, cartazes, fanzines, adesivos etc. Ou seja, em um “mundo online”, procuram rentabilizar e gerar receitas com o físico.

Em mercados como o português, com um público consumidor reduzido, se torna ainda mais complexa a questão do *streaming*. Ao mesmo tempo que é “obrigatório” estar nas grandes plataformas como o Spotify por funcionarem como vitrines de baixo custo, por outro as receitas provenientes das plataformas digitais ainda são diminutas para pequenas gravadoras. Isto porque, as *DSPs* se baseiam na execução dos artistas através de *streams* para monetizar essas participações. O que claramente oferece um panorama mais rentável para as grandes estrelas da música. Por exemplo, desde que

entrou no Spotify, há oito anos, de acordo com Hugo Ferreira, a Omnichord Records, recebeu cerca de 10 mil euros, segundo ele, valor insuficiente para o salário de um dos funcionários do selo por um ano.

*Estas plataformas são, para editoras independentes e com poucos recursos, meios low-budget para amostra de catálogo, venda de merchandising e partilha de música. Têm papel importante para conhecer música nova e para criação e manutenção de públicos (Vasco Silva, Omnichord Records, em entrevista pessoal em 21/09/2022).*

Dessa maneira, a estratégia se concentra no aspecto local, com a gravadora defendendo a ideia de descentralização da cultura do país, questionando a centralização em Lisboa e destacando que realizar atividades culturais em localidades menores pode ser “mais fácil e prazeroso” do que em grandes centros urbanos. O selo adota uma abordagem de “dentro para fora”, transformando Leiria em um polo de arte e produção musical. Embora os fonogramas sejam o cerne da gravadora, foi crucial ampliar a área de atuação para garantir exposição e, conseqüentemente, sustentabilidade.

Assim como a Omnichord, a Lovers & Lollypops enxerga as plataformas digitais como vitrines vitais. A suposta democratização prometida pela desmaterialização se traduz, na prática, em uma exposição dos artistas do catálogo. Para o selo, o *streaming* desempenha hoje um papel semelhante ao que o Myspace desempenhava no passado, sendo uma ferramenta de promoção e uma plataforma onde todos os outros artistas estão presentes.

O aparecimento das *DSPs* foi importante para a introdução de artistas emergentes na indústria da música. Tornaram-se métodos imediatos de fazer a música destes artistas chegar ao outro lado do mundo em pouco tempo. Permitiu que pessoas de todo o acesso direto à toda a música disponível. Porém, o problema da remuneração mais igualitária permanece.

*O streaming é uma ajuda, mas nunca se traduzem em grandes valores. É uma luta rentabilizar nossa presença nas plataformas. É a grande questão: os valores são baixos, mas queremos disponibilizar música para o maior número de pessoas e praticamente somos obrigados a estar lá (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).*

## **7.1 PROSPETIVA FUTURA**

Observou-se que os selos indie, por meio de um esforço coletivo, desenvolvem métodos de atuação ágeis, buscando maximizar o aproveitamento de recursos e tempo. Ficou evidente que esses selos demonstram uma diversidade de abordagens na gestão da música em suas várias facetas. No

entanto, isso não implica em serem 100% sustentáveis ou em gerarem lucro constante, pois estão sujeitos à confiança de seus nichos e à necessidade de estratégias renovadas para contornar as fragilidades do circuito musical português.

A ausência de apoio governamental é apontada como uma das principais lacunas pela maioria dos selos indie pesquisados. Operando muitas vezes no limite, essas gravadoras enfrentam desafios para implementar novos planos ou abrir espaço para bandas emergentes. Algumas delas precisam adotar legalmente a forma de associações culturais, sem fins lucrativos, enquanto seus membros precisam conciliar suas atividades nos selos com trabalhos formais para sustentação financeira.

As rotinas desenvolvidas pelos selos indie ajudam a demonstrar que a música é um meio viável para a expansão de diversas outras áreas, por exemplo, o turismo, o marketing de territórios, a educação e as economias locais. São práticas necessárias onde o poder público não atua. Em Portugal, a participação de entidades públicas geralmente se limita a cessão de espaços e abatimento de aluguéis e taxas. Muito pouco em comparação com outros países afora. Locais díspares como Austrália<sup>212</sup>, Reino Unido<sup>213</sup>, Coreia do Sul e até mesmo Zimbábue (Shapiro, 2022), possuem associações que diretamente com órgãos estatais com vista a dinamizar a música como ferramenta de desenvolvimento local envolvendo apoios e recursos para o fomento da música independente em geral.

Ao se basearem nas particularidades do território, os selos indie operam de maneira intrínseca ao seu cotidiano, estimulando a produção local como estratégia de promoção. Nesse processo, incorporam novas tecnologias e expandem redes de contatos, evidenciando que, apesar da paixão que impulsiona essas iniciativas, é fundamental encará-las como empreendimentos. Assim, torna-se necessário o desenvolvimento constante e a atualização para garantir a sustentabilidade desses selos.

*Na organização, sim, tem-se assistido a um saudável revolvimento nos últimos tempos, com organizações ou associações de profissionais a exigirem atenção. Nesse quadro, tem sido a internacionalização e a procura de novos mercados a estar na ordem do dia, como se constatou em Janeiro na montra europeia Eurosonic, ou por estes dias com a realização, em Lisboa, do evento Mil (Belanciano, 2017a).*

A abertura de novos canais de expressão musical, impulsionada pelo trabalho colaborativo e pelas práticas vanguardistas, tem um impacto direto no território. O próximo capítulo analisará como os

---

<sup>212</sup> <https://air.org.au/>. Acessado em 27/10/2022. Ver também Bartleet et al., 2020.

<sup>213</sup> <https://www.aim.org.uk/#/>. Acessado em 27/10/2022.

selos indie exploram os locais por meio de festivais, eventos e promoção das cidades como centros musicais. Essas ações incentivam o turismo, impulsionam as economias locais e atuam como agências de estímulo cultural, contribuindo para descentralizar a produção musical.

## 8. A ATUAÇÃO EM TERRITÓRIOS E A DESCENTRALIZAÇÃO

*Se queres ser universal  
começa por pintar a tua aldeia*  
(Tolstoi, como citado em T. Monteiro, 2013, p. 25)

O impacto democratizador, coletivo e propositivo das gravadoras indie em Portugal reflete-se de maneira significativa na transformação de seus territórios. Utilizando a música como catalisadora, esses selos convertem suas bases em polos de produção e vanguarda, dinamizando não apenas a vida cultural, mas também a social e econômica. Como discutido anteriormente, essas gravadoras elaboram modelos de negócios inovadores para atender às demandas em cenários de recursos limitados, buscando apoios e destacando suas cidades como destinos turísticos musicais. Através de eventos e festivais, inserem seus territórios no cenário musical não apenas nacional, mas também europeu, proporcionando mais opções aos fãs de música. Além disso, buscam extrair, de maneira positiva, as características culturais e pitorescas de suas regiões, incorporando esses elementos às festividades e tornando-as únicas e heterogêneas. Esses eventos, embora não substituam a edição fonográfica, contribuem para financiá-la. Em resumo, esses selos têm o objetivo de fortalecer o acesso à cultura, promovendo a 'democratização' e descentralização cultural por meio do território enquanto palco (Quintela & Ferreira, 2018). Ao conectar o nome das gravadoras às suas localidades, criam uma estética específica em determinados lugares, mesmo que a produção musical seja diversificada. Nesse contexto, conforme Monteiro (2013), os selos indie exploram matrizes históricas, estéticas e socioculturais, reinterpretando-as e reconfigurando-as conforme as necessidades de novos agentes.

Parte vital nesses processos são os *managers* destes selos. Figuras imprescindíveis para a democratização de atividades culturais em seus territórios e responsáveis diretos pela apresentação de novos estilos e gêneros para outros indivíduos, repartem informação, ajudam a criar e fomentar cenas transformando consumidores em produtores e vice-versa. Estes notáveis são impulsionadores da crença de que é possível existir um mercado mais igualitário em que diversas formas de música sejam acessíveis e não só as impostas pelo *mainstream* e a grande indústria fonográfica. Esses *mavericks*, ou prescritores, são, como diz Guerra (2013), propagadores, educadores, fazendo o papel de polinizadores culturais, determinantes nos processos de disseminação e de fundamentação da música em suas localidades.

Esses cenários de evangelização, de difusão, geram exatamente a descentralização (Hesmondhalgh, 1996, 1998). Se ela começa nos meios de produção precisa passar também pela

forma de usar território, o que faz muito sentido quando falamos de países com mercados fonográficos reduzidos como Portugal. Se um atrelamento a Lisboa e ao Porto se fez ou ainda se faz necessário por motivos econômicos, por serem os principais e únicos polos do país, a descentralização desse eixo mostra-se fundamental por motivos artísticos e estéticos, pela “não padronização” e pela possibilidade de mais opções. Se o indie é um estilo, ou gênero, que reconfigura influências externas e as retrabalha internamente visando ser um meio de expressão de determinados grupos ou nichos, as características do local têm importância crucial ao falarmos em novas formas de expressões musicais. Ou seja, uma cidade/região/bairro etc. recebe a informação exterior, a processa e o resultado torna-se “marca” identitária musical do lugar (Oliveira, A. et al. 2015).

A observação dessas dinâmicas pode ser aplicada às cidades anteriormente citadas, como Leiria, Guimarães, Coimbra e Lamego. A atuação dessas pequenas cooperativas musicais não apenas permitiu que esses territórios se destacassem como produtores culturais, indo além da edição de discos ao promover verdadeiros circuitos musicais em seus domínios. Essas iniciativas podem ser consideradas como espaços que aliviam a intensa competição presente nas grandes cidades portuguesas. Ao introduzir ideias e utilizar suas características distintivas como atrativos, essas cooperativas conseguem atrair investimentos, turismo e estimular uma maior atividade artística.

Como diz Santos (2000), o território não é inerentemente neutro nem atua como um agente passivo. Segundo o autor, pode-se observar a manifestação de uma espécie de esquizofrenia, pois os lugares selecionados tanto abrigam e favorecem os vetores da racionalidade dominante, quanto possibilitam o surgimento de outras formas de existência. Ainda de acordo com Santos, uma dualidade inerente ao território e ao lugar exerce um papel ativo na formação da consciência. O espaço geográfico não apenas revela o desdobramento da história, mas também indica aos atores a maneira consciente de intervir (Santos, 2000).

Em uma dinâmica de mão dupla, a atuação nos territórios se configura como uma consequência e um impulsionador da abertura e expansão de Portugal para o exterior, sobretudo a partir dos anos 1980. O processo de urbanização do país contribuiu para a redução das distâncias, facilitando a comunicação entre cidades e promovendo a exposição de movimentos locais pequenos, mas vibrantes. Dessa forma, essas iniciativas passam a se destacar fora da capital, evidenciando a viabilidade de outros polos culturais. Inicialmente, talvez consideradas sustentáveis e efêmeras, ao longo das décadas mostraram-se viáveis, aproveitando a relação intrínseca entre a música e o

território. Conforme apontado por Connor (1989), a narrativa transita das grandes perspectivas para micropanoramas distintos.

Essas regiões emergem como importantes centros produtores de cultura e mercados autossustentáveis, impulsionados por dinâmicas diversas que buscam conquistar novas audiências, tanto dentro desses territórios quanto além de suas fronteiras. São localidades que, nas palavras de Guerra (2017c), “patentaram sub e micro redes de conexões artísticas e culturais mais densas dentro da rede global” (p. 513). O trabalho dos selos indie em seus territórios fundamenta o conceito de ancoragens simbólicas e relacionais, conforme proposto por Firmino da Costa, estabelecendo vínculos entre grupos sociais, identidades construídas e memórias coletivas. Segundo o autor, essas atividades representam os territórios como espaços de afeto, nos quais os indivíduos se constituem como atores sociais, reivindicam pertencimento e compartilham experiências (A. F. da Costa, 2008). Além disso, é possível posicionar esses grupos sociais em torno dos selos indie como agentes transformadores de culturas urbanas, envolvidos em circuitos limitados, mas diversos e interconectados. Segundo Janotti Júnior e Pires (2018), a configuração do espaço está intrinsecamente ligada à sua identificação como um “lugar de pertencimento”. Obici (Janotti Júnior & Pires (2018, p. 153), enfatiza a concepção do território não apenas como uma demarcação de domínios, mas como a criação de realidades.

Ao abordar as dinâmicas territoriais sob a perspectiva de manifestações musicais, é possível discernir essas movimentações como autênticas cenas musicais, revelando a interligação entre as identidades coletivas forjadas por esses grupos por meio da expressão musical local. Este último, impactado de forma direta pelas atividades desses coletivos, se configura como um “espaço de interação sem fronteiras rígidas”, constituindo um eixo fundamental para a produção e edição musical (S. Cohen, 1991; A. Oliveira et al., 2015).

Estas cenas destacam-se pela inovação nas formas como abordam a música, estabelecendo relações criativas que transcendem os limites geográficos. As gravadoras indie capacitam as áreas urbanas como centros de vanguarda, modestos em tamanho, porém vigorosos e participativos na vida cotidiana local. Ao captar a efervescência musical desses territórios, tornam-se ferramentas culturais, sociais e econômicas, impulsionando o potencial artístico de seus espaços e atraindo a atenção de uma audiência mais ampla.

Nesse contexto, emergem novos mercados e formas de consumo das produções musicais, transformando o território em um espaço de livre expressão criativa, aprendizado, capital cultural e

econômico, bem como afetos e pertencimento (A. Oliveira et al., 2015). Em resumo, essas cenas não apenas contribuem para a construção das identidades locais como produtoras de música, mas também se inserem na narrativa histórica desses lugares. Conforme observado por Kruse (1993), a música proporciona àqueles envolvidos em práticas sociais específicas - seja de consumo, produção ou interação - um sentido de comunidade.

Esse movimento coaduna com a visão de Scott (1997), que enfatiza a simbiose entre lugar, cultura e economia. Além disso, de acordo com Shuker (2005), a interconexão entre o nível local e global representa uma componente essencial na dinâmica das cenas musicais, desempenhando um papel central no comprometimento dessas cenas com o contexto regional.

O cenário promovido pelos selos indie em suas áreas descentraliza a música, unindo indivíduos por meio de redes de contatos e, assim, estabelecendo conexões com - ou até mesmo originando - as práticas mais inovadoras do mercado musical, superando as "grandes e lentas" gravadoras major. Desde o final dos anos 1970, a música independente tem se tornado um veículo para que comunidades destaquem suas produções culturais, tanto em âmbito nacional quanto internacional, através da democratização dos métodos de criação musical e do empoderamento de indivíduos.

Em Portugal, esse movimento surge no final da década, impulsionado pelas primeiras manifestações do punk rock no país. Conforme destacado por Guerra (2019), a década de 1980 desempenhou um papel crucial na investigação das culturas juvenis em Portugal, pois foi quando essas culturas se consolidaram, gerando amplas implicações socioculturais e uma proliferação de subculturas em todo o país.

*O que se verificou foi, portanto, o surgimento de uma busca "pelo direito à diferença", como bem demandou António Sérgio, famoso radialista português (Guerra, 2010). É precisamente essa busca pela diferença, nos mais jovens (e não só) que vai mudar significativamente o panorama cultural português na década de 1980 (Guerra, 2019, p. 287).*

Segundo Henriques (2018), percebe-se a relevância do localismo, apesar da presença de múltiplas expressões musicais que se repetem nestas diferentes comunidades (Henriques, 2018, p. 6). Através da produção musical, territórios são (re)caracterizados de modos singulares, mostrando-se ao mundo de maneiras também únicas e tornando-se espaços onde as atividades musicais são impulsionadoras de mudanças pessoais, sociais e econômicas. É no "local" onde são formadas

identidades, e experiências pessoais e culturais são compartilhadas. Essas atividades passam por cima da falta de infraestruturas para a prática musical “não *mainstream*”, e acabam por gerar ambientes em que a música se torna arma para combater a falta de perspectivas. Realidades “fabricadas” que geram sentimentos de união, de comunidade entre os atores desses nichos (Brake, 1980; Stahl, 2011). Com isso, gostos e afetos compartilhados são a fagulha que dá início a efervescências que procuram suprir regiões com novos tipos de música, inserindo-as em movimentos globais.

*[A] importância do terceiro setor na cultura; a resiliência de certas formas de cultura popular e cooperativas culturais, e a variedade de instalações e organizações culturais espalhadas por todo o país, operando em comunidades locais e não presentes nas estatísticas oficiais. Esse tecido disperso e às vezes informal reflete um tabuleiro de xadrez social e territorial em que o desenvolvimento urbano difuso, nos interstícios do campo, cria uma espécie de cidade contínua com centros amplamente dispersos (Luís Garcia et al., 2016, p. 9).*

A globalização deu palco para que características locais se mesclassem com informações exteriores, na troca de experiências (como entre diferentes cenas musicais) ou até na imigração e na adaptação de novos moradores e suas bagagens culturais em diferentes lugares. A globalização fez despertar a consciência para a diversidade e para o desejo do local em se expressar, sendo mais do que um espaço delimitado geograficamente. Torna-se um “símbolo ainda mais potente para a construção da identidade” (Bennett, 2005, p. 69). Bennett atenta para o que Roland Robertson chama de processo de *glocalização*: um híbrido de tendências homogeneizadoras e heterogeneizadoras, em que o *glocal* acontece, quando “aspectos da cultura local residual (...) se entrelaçam perfeitamente com novas formas culturais globais” (Bennett, 2005, p. 66). Ou seja, esses grupos absorvem a cultura exterior, mesclam com as suas e transformam o cenário em algo novo. Conforme a argumentação de Maffesoli (1998), a cultura demonstra a habilidade de se adaptar a influências externas sem perder sua identidade intrínseca. As características dessas localidades têm fundamental relevância conferindo aos territórios valor simbólico vital para a disseminação musical. Segundo Becker (Bennett & Peterson, 2004) estes locais podem ser uma cidade, um bar, um clube, etc. e são, como diz Crossley (2015), *foci* para novas redes de contatos, pois atraem fãs e/ou interessados em descobrir novas sonoridades e estéticas musicais.

Esses processos nos territórios se dão pela mescla de ideias, pela constituição das redes e dos afetos já discutida. Isto, como diz Guerra, reconfigura o ambiente e a interação deste com o global (Guerra, 2021c). Essa teatralidade da cidade promove o espaço urbano, destaca-o por meio da geração da música, da agitação e das maneiras de viver em torno desta. O território ganha novos usos

e novos olhares. O trabalho colaborativo fomentado e incentivado pelos selos indie transforma a paisagem urbana e modifica impressões de que se tem dela. De locais de “tédio”, são vistos como espaços de inovação e de novas perspectivas até de carreiras (Henriques, 2018). Esses grupos aderem o “cosmopolitismo, as múltiplas modalidades de estilização de vida quotidiana e a diversidade das culturas urbanas” (Guerra 2010, p. 462). A gravadora indie é, também, ferramenta de marketing para a exposição do território enquanto núcleo cultural, produtor e promotora de diversidade musical e artística. São criadoras de universos próprios, únicos, propulsores de esquemas de autogerenciamento e da organização de espaços para a produção de música autônoma, sendo a descentralização a chave para a democratização (Hesmondhalgh, 1996, 1999). Segundo Miguel (2018, p. 205), a promoção de dinâmicas regionais, o envolvimento com o território e o fortalecimento da identidade cultural que experimentamos atualmente resultam significativamente da legitimação manifestada no contexto do modelo associativo presente nas áreas urbanas.

Estes movimentos também criam identidades coletivas. Como dito acima, fazem surgir particularidades nesses locais ligadas diretamente à produção musical. Se Leiria é, por exemplo, “a capital do *post-rock*” lusitano, com bandas como First Breath After Coma ou artistas como Surma, o Barreiro é a “terra do *garage rock*”, mesmo que sabidamente não sejam as únicas manifestações musicais nestes locais, por exemplo, na “Cenas das Caldas”, na cidade das Caldas da Rainha (cerca de 150km de Lisboa) e a movimentação de bares, bandas e pessoas afins deste *music world* em meados dos anos 1990 em torno do *noise* e do *grunge* incorporados de bandas como Sonic Youth, Nirvana, Mudhoney, entre outras.

Porém, longe de ser um limitador, faz dessas cidades reconhecidas, promovem eventos e juntam indivíduos afins, tornando-se possíveis de serem rentáveis. A identidade transcende a mera autodefinição, englobando não apenas a essência intrínseca, mas também as diversas narrativas e representações construídas por diferentes vozes, configurando, assim, uma multiplicidade de sujeitos e perspectivas (Silva, 2018b, p. 19). O autor diz ainda que, através da música, esses discursos sobre o território propõem maneiras de distinção e modos criativos de existir. E esses discursos legitimam identidades. São maneiras distantes do conservadorismo de se afirmarem portugueses e produtores de música em Portugal. Descentralizam gostos, atitudes e conhecimentos. “Existem e insistem” (J. Pires, 1988, p. 5).

As gravadoras indie desempenham um papel crucial na renovação de espaços e na formação de identidades culturais e urbanas, conforme observado por P. Abreu (2015b). Elas proporcionam

ambientes propícios para a criação de espaços compartilhados, fomentando a socialização e a descoberta de novos talentos, exercendo um impacto significativo nessas dinâmicas culturais. Nessas comunidades, ocorre uma intensa troca de informações, preferências e aspirações, resultando na formação de laços de amizade que, muitas vezes, culminam na concepção de projetos musicais e iniciativas afins. Esses grupos não se limitam apenas aos artistas, abrangendo também produtores, fãs, promotores e artistas visuais, entre outros. Dessa maneira, o território se configura como um microcosmo vibrante e diversificado no universo da música.

Em Portugal, essa descentralização começa lenta, junto com a modernização do país, mais notadamente a partir da segunda metade dos anos 1980. Um dos sintomas de que algo acontecia fora da “dominação” cultural de Lisboa, foi a criação de um escritório do jornal Blitz, principal publicação musical local, na década de 1990, no Porto, para poder acompanhar mais de perto as movimentações musicais no Norte.

A concretização de uma música portuguesa verdadeiramente democrática torna-se inviável sem uma ampliação das oportunidades em territórios mais restritos. Nesse contexto, o papel das iniciativas independentes adquire uma relevância ainda maior. A proximidade com os públicos e as peculiaridades de cada região desempenhou um papel crucial, permitindo que a produção musical emergente no underground se destacasse como agente catalisador de transformações sociais e culturais.

*Deixa de haver uma editora independente em Lisboa para haver pequenas células criativas espalhadas pelo país. Portanto há ali uma espécie de um mapa que começa a ser construído. E se calhar essa ideia de uma música independente, que era algo meio restrito para alguns nos anos 80, ganha uma dimensão muito maior nos anos 90 (Henrique Amaro como citado em Ferreira & Clérigo, 2015).*

Tornar visível essas dinâmicas, visualizar suas parecenças e disparidades expandia o conceito de que através da música era possível modificar cotidianos. De acordo com Miguel (2018, p. 19), contribuíram para essa transformação uma maior acessibilidade à educação, a emergência de novas formas de mobilidade e uma substancial diminuição nos custos do transporte internacional, especialmente o transporte aéreo, incluindo a ascensão das companhias de baixo custo. Esses elementos combinados resultaram em uma nova dinâmica.

À semelhança de outras expressões artísticas, a música independente em Portugal enfrentou o desafio de confrontar suas próprias realidades e ousar existir como uma forma de resistência ao status

quo. Isso envolveu desafiar a “onipresença” de Lisboa como o principal centro cultural nacional, para o qual convergem a maioria dos recursos e a atenção da mídia. Diante da falta de meios convencionais, a solução foi a criação, transformando o território em um espaço diversificado. Desse modo, cada região, cidade, bairro, entre outros, desenvolveu dinâmicas heterogêneas para cultivar música e públicos, conforme discutido por Guerra (2017b). Essencial não é apenas avaliar os impactos desses selos na abertura de novos horizontes, mas também compreender a integração desses projetos na realidade em que surgem e como essa realidade exerce sua influência sobre eles.

*Todas as cidades de Portugal eram aborrecidas, com jovens que queriam ser diferentes, ter uma identidade própria, expressar a sua vontade de ser diferente, da rutura através da música. A nível estético», concede no entanto, «talvez tenha de referir a pequena dimensão da cidade e uma união talvez sem igual das pessoas que faziam música e dos que eram apaixonados pela liberdade desta diferença (R. M. Abreu, 2013).*

Fazer do território um eixo da edição fonográfica local envolve redes de contatos e o trabalho comunitário. Se ela é a razão de existir dos selos, uma forma mais clara de expandir o que acontece em determinadas localidades é a criação de eventos. Servem como mostras de artistas locais, a mescla com outros de diversos pontos do país (e até de fora dele) e dirigem a atenção para o grupo que o realiza, para a gravadora por trás deles. Festivais e demais eventos manifestam-se como consequência do trabalho dos selos, mas, também, como vimos com a Revolve, por exemplo, como causa de seu surgimento. Unificam o trabalho da gravadora ou servem como motivador para fazer surgir naquela região um selo para absorver e integrar a movimentação musical.

A falta de locais para a prática musical, para ver concertos, a escassez de equipamentos, obriga a jovens produzirem seus próprios espaços. A necessidade de adaptação cria ambientes também de vivência criando não só experiências baseadas no DIY como também funda as bases para a expansão no DIT. Estas éticas promovem a música e as iniciativas locais transformando indivíduos locais em produtores da sua própria cultura (Guerra, 2014a). São movimentos que promovem e reforçam a coesão social dando a esses jovens um sentimento de pertença e identidades que lhes eram “negadas” pela indústria cultural dominante.

*Esta é, aliás, uma característica económica das indústrias culturais ou criativas. Os seus intervenientes, criadores, produtores, intérpretes têm uma forte ligação emocional à obra a que estão ligados. É uma particularidade muito própria deste sector, onde os participantes, muitas das vezes, não se regem pela gratificação monetária, mas procuram reconhecimento intelectual, já que é uma atividade que potencia a cidadania*

*e protagoniza a afirmação cultural e criativa de uma determinada geografia (Miguel, 2018, p. 85).*

Os eventos organizados por gravadoras indie têm como objetivo ampliar a presença de artistas, contrabalançando a escassez de representatividade dos músicos portugueses nos principais festivais nacionais, que, muitas vezes, privilegiam artistas estrangeiros, deixando pouco ou nenhum espaço para talentos locais emergentes. Nesse contexto, esses eventos cultivam laços afetivos e afinidades, conectando essas oportunidades aos territórios que generosamente os acolheram.

A expansão territorial por meio de eventos e festivais ganha mais força e constância a partir do novo século. Essa forma de fazer impacta diretamente em maneiras originais de não só tratar a edição, mas de criar espetáculos. Assim conseguem manter uma regularidade de eventos, servindo de incentivo e de exemplo para outras gravadoras/produtoras. Na questão do indie português, esses festivais impactam direta e positivamente na economia regional por alguns períodos no ano. Há a celebração do local, da comunidade em torno de uma cena que valoriza e descentraliza a música. Dessa forma, Stahl (Finch, 2015) afirma que as cenas musicais frequentemente representam indicadores da vitalidade urbana e cultural de uma localidade em sua vida social, refletindo a trajetória dos indivíduos como “cidadãos” e formadores de cultura. Nessas interações, o papel e a influência de uma empresa no campo são delineados pela relação com todos os outros agentes no mesmo espaço econômico (P. Abreu, 2010, p. 14). O estudo dessas dinâmicas nas comunidades e nos territórios onde os selos indie são formados, segundo Firmino da Costa, envolve “analisar essa expressão musical com o intuito de compreendê-la inserida na configuração cultural e no tecido social” (A. F. da Costa, 2008, p. 3).

Se em alguns casos cenas musicais fundem as características artísticas dos seus participantes com as do território, em outros, algumas coletividades renegam particularidades locais como forma de resistência, de desagravo, reescrevendo o ambiente à margem do *status quo*. Nascem também como respostas às impessoais, superficiais e transitórias relações vistas nelas (LeGates & Stout, 2011).

A precarização e informalidade se destacam como características marcantes em cenas musicais que buscam superar tais desafios adotando posturas cada vez mais profissionais. Ao invés de se oporem diretamente às grandes empresas e ao poder público, essas comunidades optam pelo diálogo. Exemplificando, a abordagem da Hey, Pachuco! inclui parcerias estratégicas com governos locais para implementação de iniciativas que reestruturam o território, como festivais, programas sociais e revitalização de espaços, além de se tornar uma estratégia de marketing para essas áreas.

Desse modo, as gravadoras conseguem obter concessões de espaços e recursos, embora esse processo seja muitas vezes lento e burocrático, dadas as limitações. Essas práticas refletem o descontentamento com as políticas locais de acesso e difusão da música, ao mesmo tempo em que propõem abordagens inovadoras e alternativas. Como diz A. Oliveira (2020, p. 415), a música desempenha o papel de atrair indivíduos para residir nas cidades, visitá-las ou realizar investimentos, configurando-se como um elemento de atração urbana.

Quase todas as gravadoras examinadas neste estudo tiveram alguma forma de envolvimento em seus territórios, que poderiam ser uma região (como a Zigur Artists e a Lovers & Lollypops), uma cidade (caso da Omnichord Records, Revolve, Moneyland Record\$), um bairro (como a Ama Romanta) ou áreas específicas, como bares e locais transformados para concertos (Bee Keeper). Um exemplo primordial e precursor da relevância desses espaços surgiu com a Dansa do Som e os Concursos de Música Moderna no Rock Rendez Vous, ainda na década de 1980. Os eventos realizados nesse local não só forneciam conteúdo para as coletâneas da gravadora, mas também representavam uma espécie de oásis em meio à formatação da música nacional pelas grandes gravadoras. A partir desse contexto, surgia uma semente do que se observaria nas décadas subsequentes: a utilização do local como um espaço de convívio, democratização musical e descoberta de gostos, valores e afetos.

Na década de 1990, o que ocorreu em Caldas da Rainha foi uma extensão natural do crescente interesse pela música, impulsionado pela popularização do rock português nos primeiros anos da década de 1980. Esse fenômeno resultou no surgimento de bandas, espaços de apresentação, publicações e um público engajado na criação de uma nova expressão musical e linguagem. Esse movimento representou uma continuidade das primeiras iniciativas independentes no país, exemplificadas pela Ama Romanta, que deu origem a selos como a Moneyland Record\$ - influenciado também pela amizade entre João Paulo Feliciano e João Peste. Esse período é destacado como o momento em que “o rock português se torna maduro” (Ferreira & Clérigo, 2015). Lugares como o Bar Ben ou o Dreamer's Club se tornaram pontos de encontro para a juventude local, proporcionando espaço para novas bandas com propostas diversas.

*[N]os anos 90 os principais veículos de legitimação, de dinamismo cultural sempre foram bares e discotecas assim como tiveram uma grande importância o caso das sedes dos clubes recreativos do concelho, sobretudo na periferia, que albergavam concertos mais vocacionados para o rock e seus derivados (Miguel, 2018, p. 70).*

A Moneyland Record\$ teve o mérito de concentrar em torno dos seus poucos lançamentos uma ebulição musical germinada nas Caldas da Rainha e que se expandiria para o resto do país, influenciando novos selos, como, por exemplo, a Bee Keeper em Lisboa, que teve inclusive em João Paulo Feliciano um grande incentivador. Se de vida curta, a Moneyland Record\$ foi decisiva para que as fronteiras da música indie portuguesa se alargassem, demonstrando que era possível cantar em uma outra língua, alargar influências para além do *pós-punk* britânico, contornar a precariedade e criar uma cena a partir da disposição dos sujeitos envolvidos em uma movimentação musical, fazendo da cidade, ou de regiões ao seu redor, núcleos de criatividade e de inovação musical.

Se nas Caldas da Rainha ocorreu um movimento inicial notável entre a cidade, o selo e a comunidade<sup>214</sup>, Coimbra desempenha um papel fundamental na ação territorial, marcada pela rejeição ao quotidiano e pela intensa promoção da música local. O ponto de partida para a efervescência que se manifesta na cidade nos anos 1990 pode ser observado nas bandas É Mas Foice e, principalmente, Tédio Boys. Contudo, o apoio para o cenário musical em Coimbra logo surgiu com a Lux Records, que lançava regularmente edições e organizava eventos locais, consolidando a cidade como uma alternativa aos dois grandes centros do país. De “capital do tédio” vivendo à sombra da universidade (Galhós, 1995), Coimbra se transformava em um reconhecido polo musical, tendo na Lux Records um eixo crucial, se não o principal, de aglutinação e divulgação.

A sinergia entre a Lux Records e a comunidade musical evidenciava a capacidade de Coimbra se tornar uma produtora de música transgressora, conforme observado por Miguel (2018). Esses agentes desempenharam um papel transformador na cena da época, moldando comportamentos por meio da expressão musical. Aliando-se a uma rede de bares e outros espaços dedicados à prática musical, Coimbra se transformou em um inesperado epicentro de vitalidade cultural.

A trajetória da Lux Records é caracterizada pela “congregação” dos jovens de Coimbra em torno do selo, impulsionada pelo trabalho colaborativo e pela construção de redes. O conceito *do-it-together* se materializou na participação ativa de uma parcela da população, promovendo a expansão da cultura musical *underground* na região. Embora a Lux Records seja, até hoje, um projeto conduzido por uma única pessoa, a ausência de “comunhão”, que frequentemente ocorreu de maneira voluntária, poderia ter comprometido a visibilidade alcançada pela gravadora. Ao possibilitar edições

---

<sup>214</sup> Como já referido aqui, a primeira micro cena fora do eixo Lisboa-Porto foi Braga, no fim dos anos 1980. Porém, a Facadas na Noite pouco ou quase nada tinha relação com ela. Focava-se maioritariamente na edição de bandas estrangeiras.

para diversas bandas locais, a Lux Records contribuiu para a constante evolução da prática musical e para a consolidação da cidade como um ponto de referência cultural.

*As diversas atividades regulares, como os concertos e festivais, foram levadas a cabo por agregações de indivíduos no interior da cena musical. Pequenos agrupamentos, consignados à ideologia DIY, preocupados em manter a continuidade da cena musical, «da luta pela continuação da música rock em Coimbra, procuravam alternativamente promover um conjunto de atividades que pudessem quebrar com a estagnação que diziam viver-se (P. E. A. Martins, 2013, p. 69).*

Tendo a Rádio Universidade de Coimbra (onde até hoje Rui Ferreira é locutor) como principal meio de divulgação da cena, a Lux se articulava também por meio de pontos de encontro como lojas de discos (XM), bares (Ar D'Rato), espaços públicos (Teatro Gil Vicente), entre outros envolvendo a cidade com a música que se fazia lá. Miguel (2018, p. 135) destaca que a particularidade distintiva de Coimbra reside na interligação entre os músicos e uma extensa teia de interações sociais. Desse modo, conseguiu chamar a atenção dos veículos de imprensa ainda que muito focada em Lisboa. “Algumas bandas da cidade tiveram projeção nacional e isso ajudou a criar uma fama para Coimbra. E é para isso que gravadoras como a Lux existem. Para viabilizar o que é feito na própria terra e estimular o aparecimento e o crescimento de bandas e artistas” (Rui Ferreira em entrevista pessoal em 04/02/2022).

Assim como outras gravadoras do gênero, a Lux Records também expandiu seu raio de atuação. Em 2017, Rui Ferreira criou o festival Lux Interior, em que mescla bandas do selo com outros nomes de destaque na música independente nacional. Além disso, abriu no mesmo ano, a Lucky Records, uma loja de discos onde boa parte do acervo é de bandas indie locais e de outras cidades de Portugal.

*O festival é importante para a cidade. Mostra o interior da Lux. Não só tem bandas da Lux, temos de outros selos, mas sempre haverá bandas de Coimbra e da Lux a tocar. Queremos mostrar à cidade e para pessoas que venham para Coimbra pelo festival que essas bandas existem. Então as pessoas veem uma banda de fora, mas, também, uma de Coimbra. Isso é importante para divulgar os artistas e a gravadora. A Lucky Lux também é importante, pois não existia outra do tipo na cidade. Depois da Fuga, todas as lojas fecharam e ficou um tempo sem nada do tipo em Coimbra. Eu queria muito ter uma loja de discos. E sim funciona como um ponto de encontro pois faço todas as minhas reuniões ali na loja, ou nos cafés em volta, com as bandas, outras pessoas, agentes (Rui Ferreira em entrevista pessoal em 04/02/2022).*

Entre as gravadoras analisadas nesta investigação, há exemplos em grandes cidades, ou Lisboa, na tentativa de se destacar num ambiente que, se à primeira vista parece oferecer mais

oportunidades, porém, examinando-o com alguma atenção, nota-se hostil e excludente. A Cafetra Records é uma amostra singular desta atuação no terreno, destacando-se em meio a multidão em uma capital nacional. Por meio da sua intervenção, o selo demonstra que a resposta à crise e à precariedade que enfrentam/ram é política, mas com cariz cultural. Com isso, se valem do conceito de espaço público que se refere à formação de uma intersubjetividade prática, à mútua aceitação como agentes, à conexão entre indivíduos e à interligação de suas atividades na colaboração social. (Martins, 2011a). Como diz Martins (2011a, p. 208), a cultura se configura como uma resposta secular e profana para enfrentar a crise do existente.

A Cafetra Records representa um exemplo das comunidades moldadas pela afetividade e pela colaboração, um universo artístico. Essas comunidades surgem como uma resposta ao anseio por pertencimento e ancoramento em meio à rapidez e transitoriedade das experiências contemporâneas. Elas se estabelecem como locais onde os jovens se encontram em um cenário que, ao mesmo tempo, é o palco de "tudo acontece" e "nada acontece", seja por razões sociais e econômicas ou pela falta de inserção em contextos musicais convencionais. No caso específico da Cafetra Records, a estrutura coletiva, com decisões tomadas em conjunto, reflete não apenas o desejo de superar uma crise econômica que restringia oportunidades de emprego e condições de vida, mas também a busca por uma expressão cultural que atendesse às necessidades dos grupos envolvidos na cena underground lisboeta da década passada.

Mais do que se destacarem de uma realidade que não lhes identificava, desejavam se reencontrar com outros "mais próximos dos seus ideais" (J.M Pais & Blass, 2004, p. 18). Assim, além de se inserirem em contextos em que podem ser mais livres, ajudam a gerar identidades de grupo, que identifica esses coletivos como produtores de cultura e de reformatação do território (P. O. Costa et al., 2000, p. 28). São percebidas como formas de resistência e ocupação do espaço, por meio de redes intensas de *networking* (Guerra, 2014b). A Cafetra Records utiliza a cidade para produzir e fazer dela resultado desses processos de significação (Henriques, 2018). Há uma forte ligação com a cidade de Lisboa, tanto como afastamento da realidade que vivem como a ligação com ela, por serem lisboetas e quererem retratá-la de formas diferentes. "A identidade não tem apenas a ver com o que somos e de onde vimos, mas também com o que queremos fazer com aquilo de que dispomos" (A. dos S. Pereira, 2011, p. 7).

Uma das iniciativas centrais do grupo consistiu em impulsionar novos espaços, como o Damas, um local recém-criado em Lisboa na época. Por meio das festas da Spring Toast, Cafetra

Records e Xita Records, o Damas rapidamente se consolidou como um epicentro da música jovem e independente na capital portuguesa. A colaboração efetiva com o estabelecimento permitiu que a sala se destacasse como um ponto de referência para concertos na cidade. Além disso, alguns artistas do selo, como Jasmim, ousaram apresentar-se em igrejas, uma ação totalmente disruptiva em um país profundamente católico. Com o tempo, tornaram-se agentes impulsionadores e unificadores de novos circuitos descentralizados, facilitando a constante interação no prédio da Interpress, o que agiliza esses circuitos por meio de uma troca contínua.

Esses espaços, entre outros, são descobertos por meio de extensas pesquisas online ou pela exploração direta da cidade, representando novas abordagens para a revitalização cultural e a resistência à gentrificação e à precarização da vida na capital. Essas iniciativas buscam evitar abordagens panfletárias, preferindo expressar seu descontentamento ao demonstrar que há alternativas para uma Lisboa mais inclusiva e culturalmente diversa. Mariana Duarte, (em entrevista pessoal realizada em 23/03/2022), destaca que, por volta de 2015 e 2016, esses selos organizavam concertos em locais improváveis, que não eram tradicionais salas de espetáculos, e esse padrão continua a se expandir. Dessa maneira, esses grupos colaboram para a criação de uma cidade com novos padrões de consumo cultural, enfatizando cada vez mais o papel da produção simbólica como atividade econômica e o estímulo a estilos de vida renovados.

*A descentralização é algo importante para nós. Em Lisboa as coisas são muito fechadas num circuito. Sempre tentamos fazer nossos shows em lugares novos, pouco conhecidos. A Noite Fetra a gente sempre muda de local. Sempre temos um convidado local quando saímos em turnês pelo país (Lourenço Crespo em entrevista pessoal em 03/02/2022).*



**Figura 19** - Um dos eventos realizados pela Cafetra Records calçado na mobilização de pares e transformação de espaços.  
Fonte: <https://fetraphotos.tumblr.com/>.

As intervenções pontuais e cotidianas na cidade já demonstraram a capacidade dos selos indie de transformar o meio, algo que se nota com mais clareza com os festivais. Esses eventos são maneiras de juntar por alguns dias no ano uma diversidade de artistas, promovendo cidades, incentivando o turismo. Além disso, são saídas para rentabilizar o trabalho desses selos permitindo que possam manter a edição.

Um dos eventos mais destacados e impactantes para fomentar e descentralizar a música underground em Portugal foi o Cais do Rock, realizado na Póvoa de Varzim. Inaugurado em 1994, o evento serviu como ponto de partida para a criação do selo Low Fly Records, idealizado pelo artista plástico Esgar Acelerado. O Cais do Rock trouxe bandas de todo o país para o norte, aquecendo culturalmente a região. Realizado de forma gratuita, o evento ocorria em uma lona no centro da cidade, numa época em que os festivais de verão estavam ainda em suas fases iniciais em Portugal. Essa iniciativa promovia a prática musical ao mesclar bandas locais com aquelas de diversas partes do país, sendo simultaneamente uma expressão territorial e nacional. O Cais do Rock contava com o apoio do poder público, que cobria apenas as despesas de divulgação, além de ceder o espaço.

Ainda assim, aos poucos, o Cais do *Rock* foi se firmando como o principal evento musical independente do norte de Portugal e, com isso, estreitava as relações entre a região e bandas do centro e do sul do país. Em 1998, o Jornal Blitz chamava a tenda de circo que circundava os palcos do festival de “mítica” (J. M. Lopes, 1998, p. 14). O festival era considerado no início do novo século como um dos grandes, senão o maior, ponto de encontro de bandas indie em Portugal. O evento que chegou a se expandir para outros espaços da cidade, como o Teatro Garrett mantinha a política de

majoritariamente contar com artistas portugueses, além de um concurso pré-festival em que só poderiam participar bandas da região.

*[O] festival Cais do Rock que voltou a confirmar que quem faz boas maratonas de música ao vivo não é necessariamente quem tem mais poder, dinheiro e litros de cerveja na cartola. Às vezes, como é o caso da organização do Cais do Rock, basta perceber de música (J. M. Lopes, 1997, p. 14).*

Tanto o Cais do *Rock* quanto a Low Fly foram instrumentos de contestação e de possibilidades lúdicas frente a uma realidade desoladora. Além disso, eram como um oásis no norte de Portugal, uma vez que não havia a variedade de festivais e selos vista atualmente. A importância de iniciativas disruptivas reforçava o papel de agregadoras e disseminadoras de cultura longe da capital. “O desejo era de fazer acontecer algo, de criar um cenário, movimentar, agitar um lugar onde se falava de música, mas não havia música” (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021). Mesmo assim, o alvoroço criado não foi suficiente para que se mantivesse uma cultura musical na cidade. Entretanto, Esgar nunca se viu “prejudicado” por não estar num dos grandes centros do país. “Nunca dei atenção ao fato da Low Fly ou do Cais do *Rock* não acontecerem em Lisboa. Sempre achei que onde eu estivesse seria possível fazer algo que pudesse ter relevância em escala nacional” (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021).

Mais ao sul e a poucos quilômetros de Lisboa, o Barreiro, com seu histórico industrial, ainda é percebido como uma “cidade-dormitório” para residentes que desempenham suas atividades profissionais/culturais na capital. No entanto, essa visão vem sendo transformada, especialmente graças à atuação da Hey, Pachuco! e ao festival Barreiro Rocks. Oliveira (2020) destaca que, embora não se enquadre como uma cidade turística tradicional, o Barreiro atrai uma visitação considerável, especialmente devido a eventos culturais. O papel desempenhado pelos selos na geração de atividades culturais, sociais e com impacto econômico tem contribuído para que a Câmara local desenvolva a “Estratégia de Desenvolvimento Barreiro 2030”<sup>215</sup>, na qual a cultura é reconhecida como um dos quatro pilares fundamentais para o desenvolvimento do município (Oliveira, 2021, p. 436).

---

<sup>215</sup> “Neste documento, elaborado em 2016 pelo Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional e Urbano, Lda. (CEDRU), para a Câmara Municipal do Barreiro, defende-se que a cultura terá um papel chave no desenvolvimento social, ambiental e econômico do Barreiro, e que nela assentará a definição de uma identidade local diferenciadora. Ao mesmo tempo, assume-se a cultura simultaneamente enquanto motor da economia criativa e alicerce da cidadania” (Oliveira, 2021, p. 436).

*Barreiro têm uma história de desindustrialização e suas consequências no tecido social e económico, assim como uma retórica em torno do vazio cultural e do tédio como um dos motores para a criação e desenvolvimento de uma cena musical. Simultaneamente, e sobretudo no caso do Barreiro, a pequena dimensão territorial da cidade e a elevada concentração populacional, bem como uma forte tradição associativa, revelaram-se importantes fatores para o proliferar de bandas desde os anos 70 e 80 do século passado o que, por sua vez, funcionou como elemento catalisador para a formação de bandas em décadas mais recentes e, posteriormente, para a formação de editoras, promotoras e estúdios e para a organização de festivais. (...) [A] sensação de que era possível fazer e divulgar música e buscar a viabilidade económica dessa opção em termos de uma trajetória de profissionalização foi essencial à construção de diferentes micro-cenas musicais na cidade, do rock n' roll ao hip hop, passando pela música exploratória e pelo jazz (A. Oliveira, 2020, p. 340).*

Enquanto forma de resistência cultural, a Hey, Pachuco! possui uma proposta de, se não exclusivamente uma “gravadora do Barreiro, ser ferramenta de dinamização por meio da edição de nomes locais e da promoção da prática musical. Com isso, foi fundamental em construir uma cena musical na cidade com clara associação ao *garage rock*.

O Barreiro Rocks foi importante para dar palco para bandas que não tinham espaço em Lisboa, por exemplo. Além disso, o festival ajudou a colocar Portugal na rota de concertos internacionais devido ao bom relacionamento de Carlos Ramos com bandas estrangeiras, notadamente espanholas, sendo um festival “mais ibérico que somente português” (Carlos Ramos em entrevista pessoal em 15/04/2021), fazendo de si um ponto de intercâmbio. O Barreiro Rocks se dizia “como o mais *garageiro* da ocidental praia lusitana e sublinha a abrangência internacional, que lhe vale sempre a visita de muitos espanhóis melómanos das caves do *rock mais roll*” (Guerra, 2010, p. 910).

Após o fim do festival em 2019, a Hey, Pachuco! continuou movimentando o território com uma boa oferta de bandas (muitas surgidas pelo desejo de tocar no Barreiro Rocks) e pequenos concertos em bares e locais improvisados para driblar a falta de estrutura, e assim, procurar manter uma agenda de eventos minimamente constante. “O Barreiro nunca teve muita estrutura para abrigar concertos e bandas. E ficávamos dependentes da zona de bares o que é sempre muito volátil” (Carlos Ramos em entrevista pessoal em 15/04/2021). Os poucos espaços que ainda existem, são, na maioria, são utilizados pelas atividades da Hey, Pachuco!. Uma produção em menor, mas ativa escala, que tem nas novas bandas um alento para a continuidade dos processos iniciados pelo selo. “Sem pensar muito no papel que poderíamos ter aqui na comunidade, queríamos mostrar um pouco que nós não temos que ir aqui para o lado (Lisboa) para tocarmos ou vermos uma banda, porque devemos ter isto aqui também” (Carlos Ramos, em entrevista pessoal em 15/04/2021).

Outros dois casos, no interior do país, são emblemáticos de como os selos indie se relacionam com seus territórios, promovendo-os, capacitando-os e fomentando-os. Lamego e Guimarães hoje possuem relevância musical no cenário português devido ao trabalho, respectivamente, da Zigur Artists e Revolve, não só como novas possibilidades de edição, mas por eventos que se tornaram marcos importantes no calendário de festivais no país.

A Revolve realiza em Guimarães dois festivais, o Vai-mà Banda e o Mucho Flow, que visam a integração da música, do espaço da cidade com pequenos estabelecimentos locais. Baseados no trabalho colaborativo, os festivais se espalham pela cidade, tendo Guimarães como palco (Neto, 2019; A. Oliveira et al., 2015). A intenção era fazer do cenário musical da cidade um fator de atração para outras bandas e para o turismo “festivaleiro” valendo-se de locais não propriamente direcionados para a prática musical, numa lógica de revitalização e valorização de espaços (Guerra et al., 2017), além palestras, workshops, exposições, entre outros.

O Mucho Flow foi criado para colocar Guimarães no percurso dos festivais de verão em Portugal. Com o evento, a Revolve ocupa e leva público a espaços inusitados da cidade, como um antigo edifício abandonado pertencente à CTT. O Mucho Flow é mais um meio de dar visibilidade para uma série de bandas locais que não encontravam em Guimarães um circuito montado que as suportasse, surgindo como consequência de outros eventos menores realizados pelo selo na cidade.

*A partir da escolha de Guimarães como Capital Europeia da Cultura, em 2012, começamos a ter mais atenção do poder público. Eles começaram a perceber também que havia alguma dimensão naquilo, que as coisas não eram tão amadoras e que deveria haver por parte dele uma obrigação (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

Locais por toda a cidade se tornaram palcos. Como monumentos históricos como o Palácio dos Duques de Bragança, e o próprio Castelo de Guimarães. A Revolve assumiu o papel de revitalização desses pontos, criando formas de chamar a atenção para a cidade através da música ao vivo e, com isso, reinseri-los no cotidiano dos moradores de Guimarães. Foi pioneira na (re)utilização desses espaços para a música, deixando como legado para o próprio poder público local formas de utilizá-los a fim de atrair mais visitação e fomentar o turismo.

*Nós vemos algumas ideias que são reaproveitadas. Iniciativas que somos pioneiros e que funcionam e que a Câmara acaba por aproveitar esses espaços mais tarde para incluí-los em outros tipos de eventos que promovem. Isso como validação é bom para nós (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

O Vai-m'à Banda é um evento ao ar livre e gratuito que percorre as ruas de Guimarães, tendo as tascas locais como pontos de referência como forma de promoção e de preservação desses estabelecimentos. Esse festival proporciona uma espécie de “peregrinação” pela cidade, com a programação iniciando no centro, passando por diversos bairros e retornando à baixa da cidade. Além de ser gratuito, o evento oferece passes a 1€ para o teleférico da cidade (normalmente custam 5€), facilitando a mobilidade do público entre diferentes pontos onde ocorrem os concertos.

Em suma, “o Vai-m'à Banda tenta mostrar o que de mais tradicional, típico e genuíno há em Guimarães. Isso vê-se e acaba por atrair tanto pessoas de Guimarães como de fora” (Neto, 2019). O festival é resultado de um olhar moderno em relação a cidade e que visa restaurar a memória coletiva dos residentes, fundi-la com a música, compartilhando-a com visitantes e movimentando a economia local

*Esta ideia que se perdeu um bocadinho, esta memória coletiva ainda existe nestes pequenos tascos e que ao longo dos anos tem vindo a se perder. E foi assim que surgiu o Vai-m'à Banda. A música é o elemento que agrega, que junta as pessoas. Queríamos retomar o lado humano de juntar as pessoas a volta de uma mesa a comer, a beber e ter uma boa conversa. Acho que isto não é uma coisa local, isto é uma coisa universal. E é por isso que as pessoas gostam tanto do festival e se referem a ele de uma forma muito carinhosa. Sempre temos feedbacks muito positivos (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

Num movimento similar, a Zigur Artists fez de Lamego também o seu “laboratório” e transformou a cidade, ainda menos conhecida do que Guimarães pela sua produção musical, como destino anual de milhares de pessoas devido à Zigur Fest. O festival, promovido pelo selo desde 2011, nasce a partir da realização de pequenos eventos com o intuito de gerar interesse pela música em Lamego. O Teatro Ribeiro Conceição foi o primeiro palco da Zigur Fest, mas logo percebeu-se que era possível espalhá-lo por diversos pontos da cidade, promovendo-a como destino cultural e turístico da região e do país.

*Depois de um evento no teatro, o Rui Fernandes, programador de lá nos “desafiou” a pensarmos num festival. E ele disse que gostava do que fazíamos e sugeriu que apresentássemos um projeto de festival, num sábado a noite. Já tínhamos a ideia de convidar bandas, de fazer jam sessions. E tudo isso criou um dinamismo criativo em Lamego (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Lamego era conhecida como local de turismo religioso e com a Zigur Artists passava a ser visto como um local onde há uma fervilhante cultura musical alternativa. A Zigur Artists se colocou como

agente possibilitador para que bandas locais tivessem discos editados ou pudessem participar de um festival, algo que, segundo Afonso Lima, era impensável antes do surgimento do selo.

*Uma banda de jovens de Trás Os Montes, como o Whales Don't Fly, com um trabalho de qualidade, que chega aos ouvidos do pessoal da Raging Planet e é lançado por ela. Nós influenciámos esse caminho. Lançar (ou não) discos pela gravadora e complementar com eventos ao vivo (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Como o Mucho Flow, em Guimarães, a Zigur Fest convida os presentes a “passearem” por locais turísticos e históricos de Lamego, inclusive fazendo moradores redescobrirem esses espaços. Inicialmente, o objetivo era levar um novo tipo de público da cidade e da região ao teatro Ribeiro Conceição e que também pudesse se interessar pela programação do local fora do festival. Rapidamente, perceberam que se um dos motivos para a criação do evento era levar à cidade bandas com espectros musicais diversos, então, movimentar essa música a lugares inusitados poderia ser a “marca” distintiva que a Zigur Fest precisava.

*Para mim, uma das coisas que mais me marcaram, nisso de levar pessoas a esses lugares inusitados, foi quando na segunda edição quando fizemos um concerto no museu de Lamego e precisávamos fazer uma extensão de corrente elétrica para lá. E quando ligamos para o técnico da Câmara (o principal apoio) ele perguntou “mas onde fica o museu de Lamego?”. Ele era de lá, vivia há vários anos e não sabia onde era o museu. As pessoas estavam desligadas em relação a esses espaços. E com o festival queríamos combater um pouco isto (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Além disso, para conferir ao festival um status mais “popular”, foi crucial fortalecer a conexão entre o público e os artistas, à semelhança do que foi observado no Cais do Rock. Nesse sentido, os concertos são meticulosamente planejados, levando em consideração a proximidade e a adequação a cada espaço na cidade, respeitando aspectos como capacidade, acústica, entre outros. Com a expansão do evento, percebeu-se a existência de mais locais na cidade a serem explorados, proporcionando vida a esses espaços e tornando-os conhecidos pelo público. Essa abordagem visa despertar o interesse dos mais jovens em frequentar esses espaços, não apenas como uma maneira de promover a música, mas também como parte integrante de políticas culturais. O objetivo é aproximar as pessoas do patrimônio, familiarizá-las com esses espaços e torná-los parte integrante do pertencimento desse público.

*Foi daí que veio a ideia de nos expandirmos. Ir para mais lugares, inusitados, que normalmente não tenham concertos, montar palco onde não era suposto ter um. Fazer*

*coisas que as pessoas não estejam a espera que aconteça ali. De museus a igrejas (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).*

Em colaboração com a Câmara Municipal de Lamego, o evento é oferecido gratuitamente, espalhando-se por toda a cidade e convidando o público a explorar pontos turísticos locais. A Zigur Artists transforma a cidade em um espaço “aberto e poroso”, tornando-a propensa a receber e reconfigurar a paisagem local por meio da música (Hodkinson, 2016; Hudson, 2006). Além disso, para garantir apoio financeiro ao evento, as responsabilidades logísticas (curadoria, agendamento, estadia, alimentação, entre outras) são compartilhadas entre o selo e a administração do Teatro Ribeiro Conceição. Com o crescimento do festival, a Zigur Fest passa a receber apoios independentes e não mais como parte de eventos dentro do teatro. Embora tal suporte ainda não cubra todas as despesas, o selo consegue assegurar a regularidade do festival. “Deixamos de fazer parte do orçamento do teatro e passamos a ter um protocolo diretamente com a Câmara que financia grande parte, não a totalidade, da produção. E não só financeiramente, mas também a cessão de espaços” (Afonso Lima em entrevista pessoal em 23/02/2022).

No caso da Lovers & Lollypops, os festivais, especialmente o Milhões de Festa, e eventos de menor porte foram inicialmente utilizados como estratégias para ampliar a visibilidade das edições fonográficas. Essa abordagem foi adotada como meio de alcançar um público mais amplo e destacar o território como o cenário desses eventos. O Milhões de Festa ilustra a conexão intrínseca da Lovers & Lollypops com Barcelos, contando com o apoio da Câmara local, além de outras empresas da região (*A Lovers & Lollypops faz nove anos e quer comemorar connosco | Música | PÚBLICO*, 2014). Assim, é fundamental ressaltar que as cidades estão cada vez mais fundamentadas na sociedade do conhecimento, abrangendo uma ampla gama de atividades, tais como informação, ciência, tecnologia, lazer, linguagens e criação.

*Neste sentido, a cultura não se limita a uma oferta de fruição desinteressada, abarca uma rede de atividades econômicas, é fator de afirmação competitiva e de atracção de recursos, de investimentos e de pessoas, mantendo o seu papel de comemoração ritual e festiva de comunidades e de integração simbólica e lúdica da população, assumindo importantes efeitos na coesão dos tecidos sociais (Guerra, 2010, p. 302).*

O Milhões de Festa iniciou com edições irregulares no Porto e em Braga fixando-se em Barcelos, cidade natal dos mentores do selo, a partir de 2010. Muito também pela vontade e necessidade de possibilitar que jovens que desejavam fazer música na cidade pudessem ter contato com bandas de várias localidades do país e de outros países. O festival acendeu também um holofote

sobre a cena de Barcelos que passava a ser percebida enquanto de intensa produção musical. Além disso, ajudou a despertar na comunidade musical da cidade sentimentos de orgulho e de afeto devido à visibilidade alcançada. Esse movimento se intensificou e se mantém ativo por meio de bandas como Black Bombaim, The Glockenwise, Indignu, entre outros, todas com nomes reconhecidos na música independente nacional, com algumas, como o Glockenwise, assinando contratos com majors. “Cá há mais bandas do que público” (Manuel Melo, locutor, como citado em “Na “pasmaceira” de Barcelos há uma cena”, 2010). Nas palavras de Joaquim Durães, com as atividades do selo e os impactos provocados por elas, “havia um pensamento muito claro de dar voz a bandas que não tinham possibilidades. Ou pelo menos organizar numa estrutura todos esses artistas e pessoas, conectá-las e que juntos tivessem uma oportunidade” (em entrevista pessoal em 20/01/2020).



**Figura 20** - Festival Milhões de Festa, Julho de 2017. Fontes: <https://tinyurl.com/2hz8vuk9>, <https://tinyurl.com/3rsiv3k6> e <https://tinyurl.com/y43mppjx>.

O selo sempre buscou, em seu escopo de atuação, viabilizar a música, tanto em edições quanto em apresentações ao vivo, não apenas em Barcelos, mas também em outras cidades, como o Porto, onde está sediado. Para isso, criou condições para que um público específico tivesse a oportunidade de consumir a música de sua preferência, apoiando as bandas locais dentro de um ecossistema próprio e viável. Essa iniciativa demandou tempo até que o poder público percebesse a possibilidade de colaborar com a Lovers & Lollypops, transformando Barcelos em um ponto de encontro para festivais anuais. Tanto a Câmara quanto empresas locais, conforme destacado por Durães, compreenderam que o Milhões de Festa poderia impulsionar a região, tornando-se apoiadores do evento. No entanto, isso não garante a resolução das dificuldades financeiras. Cada edição do festival, devido aos recursos limitados que recebe, representa, segundo Joaquim Durães, um teste para a capacidade de reinvenção e adaptação da organização do selo.

*Tivemos que nos inventar muitas vezes e criar espaços para concertos. Eram estúdio de ensaio, casa de amigos ou salas de companhias de teatros. Só depois alguns locais começaram a perceber que havia um público novo que estava interessado nesse tipo de música que nós estávamos a promover e nos deu mais espaço e então começaram a perceber havia algo para trabalhar (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 20/01/2020).*

Os impactos tanto do festival quanto das edições do selo na expansão da música portuguesa como um todo são inquestionáveis. A experiência adquirida com o Milhões de Festa inspirou a Lovers & Lollypops a estender a ideia para os Açores. O Tremor, um festival que ocorre em diversos locais da ilha de São Miguel, no arquipélago, entrelaça música com exploração local, oferecendo passeios exploratórios, residências artísticas, atividades para crianças, entre outras experiências, para os visitantes. Com o Tremor, já em sua décima edição, a intenção é que os músicos açorianos também se sintam representados por um evento de médio/grande porte, tornando a cena musical local sustentável, da mesma forma como fizeram em Barcelos. O desafio consistia em estabelecer uma conexão entre o continente e o arquipélago, buscando reduzir o significativo distanciamento cultural entre eles. Esse esforço foi igualmente fundamental para resgatar o território como produtor, promovendo diferentes formas de turismo, com o auxílio de apoios tanto estatais quanto privados para a sua realização.

*O que marca identidade do festival é esse diálogo com os lugares, as instâncias, os promotores, a sociedade civil e as pessoas da terra, e com os lugares físicos, sejam comerciais, culturais, patrimoniais ou naturais. (...) O Tremor é todo o ano. Ele não acaba aqui. Acreditamos que é possível criar novas [sic] referências, novas vozes, que falem sobre o que é estar aqui, ser insular. Queremos que os artistas daqui ganhem espaço (António Pedro Lopes, organização Tremor, como citado em Belanciano, 2018).*



**Figura 21** - Festival Tremor, nos Açores. Agosto de 2018. Fonte: <https://tinyurl.com/mwf74wn2>.

A Omnichord Records trilha o mesmo caminho vanguardista. Originada em Leiria, na região central do país, já reconhecida por sua comunidade artística<sup>216</sup> e cultural, além de ter sido o berço de uma das bandas mais populares dos anos 1990, o Silence 4, a gravadora se destaca como um símbolo da cidade, representando um polo de criação e inovação. Ao criar uma identidade moderna e vanguardista para a música indie local, a Omnichord Records se baseia nas características distintas da região para explorar estéticas de vanguarda, valorizando assim o território. Investindo na transformação e na percepção da música como uma ferramenta social, a gravadora propõe novas abordagens criativas, estimulando a atividade musical. Ao aproveitar sua localização, a Omnichord Records contribui para fazer de Leiria uma referência no cenário musical do país. A distinção entre os contextos musicais decorre diretamente das particularidades socioculturais, históricas, econômicas, geográficas e políticas específicas dessas áreas, assim como da maneira como as atividades e práticas musicais nelas emergem, estando profundamente enraizadas no território (A. Oliveira, 2020, p. 222).

A Omnichord Records é representação de maneiras pós-modernas e vanguardistas também de se “pensar Portugal” a partir do território e em como se deseja que determinado tipo de produção musical seja reconhecida pela Europa e pelo mundo. Essas atividades passam pelo tratamento aos seus artistas, todos residentes ou que nasceram na cidade ou na região, festivais e demais eventos culturais que o selo promove como o Clap Your Hands Say F3st, Mapas Natureza, Nascentes, entre outros. O selo é uma plataforma do que acontece na região para o resto do país.

*Penso que o futuro passará por comunidade que crescem do local para o nacional. Se não se é suficientemente bom numa terra, não vale a pena ir para o país ou para o mundo. É nas cidades que se carregam forças e que se criam bases para uma carreira duradoura e sustentada no país (Hugo Ferreira como citado em Leiria assume “1% de esperança” de ser Cidade Criativa da UNESCO da música, [s.d.]).*

Estes eventos evidenciam o desejo de Hugo Ferreira em tentar reproduzir em alguma escala o que observara em Reykjavík, capital da Islândia, país pequeno e isolado no norte da Europa, mas com intensa atividade musical tendo expoentes como Björk, Sigur Ros, Of Monsters and Men. Combinam residências artísticas, concertos que promovem o contato direto com a natureza local, explorando não só a cidade enquanto espaço urbano, mas promovendo a região como local para investimentos culturais.

---

<sup>216</sup> O concelho de Leiria possui, por exemplo, 11 bandas filarmônicas, número não observado em outra região de Portugal (Leiria assume “1% de esperança” de ser Cidade Criativa da UNESCO da música, [s.d.]).

*Tinha de perceber por que apareceu o Sigur Ros, como aparece aquele movimento todo. Voltei a Leiria e ao entrar na Fade In<sup>217</sup> a minha preocupação foi contribuir, com as pessoas que já lá estavam, para fazer algo diferenciado, tentando fazer crescer a criatividade local e os projetos da zona. (...) um bocadinho à imagem do que a Factory fez, do que a Islândia fez”, mas tem de haver um ponto de partida (Correia, 2019).*

A sustentação de uma cena (e dos negócios que a envolvem), aos olhos de Hugo Ferreira, passa pela “renovação” de público, tanto para criação, enquanto artista, ou mesmo fã, sendo projetos comunitários e educativos uma das bases do trabalho da gravadora. Além do trabalho já visto com o Música Omnipresente, a gravadora também é responsável pelo projeto Música Dá Trabalho que também tem a educação como ferramenta, mas a partir da exploração de outras atividades laborais que a música proporciona entre crianças em idade escolar que vão da criação até a realização de concertos e espetáculos musicais. Assim, a paixão pela música e o fomento de novas audiências se dá pelo “poder de contaminação e pelo exemplo” (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 05/11/2019)<sup>218</sup>. Essas ações são determinantes para criação e apoio a ecossistemas musicais que sejam sustentáveis e possam se manter a longo prazo. A função educativa e a ação nos territórios demonstram a necessidade de iniciativas que permitam a ampliação de públicos. “Há que ter um trabalho sobretudo com a comunidade e com a educação. São esses dois pontos que vão valer muito mais do que qualquer Spotify” (Hugo Ferreira em entrevista pessoal em 27/10/2020). Na cidade, surge a concepção de que a prática da “criação musical” pode se tornar uma atividade habitual, cultivando precocemente habilidades e abrindo portas para carreiras no campo da música.

Porém, isto não significa que essas audiências fiquem “presas” ao território. Há na Omnichord Records o incentivo para que jovens artistas da região possam sair, buscar novos caminhos e, se for o caso, retornar a Leiria, adicionando as novas experiências ao trabalho já realizado. “O principal segredo da retenção de talento não é mantê-lo aqui, é dizer-lhe que saia e que volte para fazer o melhor, aqui, com o que absorveu” (Hugo Ferreira como citado em M. Lopes, 2022).

---

<sup>217</sup> <https://fadeinaacultural.com/>. Acessado em 26/12/2022.

<sup>218</sup> Aqui, e como já mostrado, muitos dos temas destacados em relação às gravadoras poderiam ter nuances e particularidades muito próximas. Para a “Música Dá Trabalho”, a principal meta é a formação de profissionais do ramo musical, sem contrapartidas para o selo, para estímulo à novas carreiras e ao desenvolvimento local.

## 8.1 PROSPETIVA FUTURA

Como observado no início deste capítulo, diferentes selos indie trabalharam de formas distintas a relação com seus territórios. O desejo é demonstrar em suas localidades ser possível ser reconhecido pela música e torná-la visível por meio de festivais, atividades educacionais, sociais, entre outros. Essa descentralização ocorre gradualmente com a modernização mais ativa do país a partir dos anos 1990.

A partir da exploração do território, esses selos trabalham para 1) o desenvolvimento da música local; 2) a criação de eventos; 3) a geração de identidades individuais e coletivas, além de sentimentos de pertença; 4) a gestão de novos ambientes musicais; 5) mesclar influências externas com particularidades do território; 6) inovar por meio de processos sustentáveis e de combate à precariedade; 7) o investimento na educação e na formação de novos públicos.

Sendo assim, são várias as maneiras analisadas neste capítulo. Desde a sonoridade, por exemplo, com a Moneyland Record\$ fazendo das Caldas da Rainha um polo pioneiro de novas influências em Portugal, não mais pelo pós *punk* britânico, mas pelo *noise* e *grunge* estadunidenses do começo dos anos 1990. O uso de bares e demais estabelecimentos na cidade para a prática musical, imbuíram uma coletividade do espírito DIT, contra a falta de recursos e fragilidades encontradas. Nessa linha, a Lux Records, em Coimbra, também fomentou a atividade musical para a fuga do tédio e da falta de perspectivas num ambiente conservador. É dos raros selos portugueses da época que ainda estão em atividade, combinando seu nome ao cenário musical da cidade.

Festivais são maneiras evidentes de explorar o território, divulgar a produção local e mesclá-la com artistas de outras localidades e nacionalidades. Em alguns casos, a difusão do que era editado no território era o principal objetivo, como vimos com o Cais do Rock e a Low Fly; ou a Hey, Pachuco! com o Barreiro Rocks. Assim, associam a ambição de divulgar a produção local e o aproveitamento consciente do território, tornando-se dinamizadores da economia e do turismo das suas regiões. Promovem o encontro da cidade e suas particularidades com visitantes, dando novas visibilidades a ela.

No contexto da Lovers & Lollypops, os festivais desempenham um papel crucial na ampla gama de expressões musicais e atividades comerciais abrangidas pela gravadora. Em Barcelos e na Ilha de São Miguel, nos Açores, a intenção é não apenas diversificar a cena musical, mas também impulsionar o desenvolvimento local, destacando essas regiões e aproveitando o apoio governamental

concedido aos eventos. Além dos festivais, a gravadora organiza eventos de menor porte ao longo do ano, especialmente em Barcelos e no Porto, mantendo uma dinâmica musical contínua que também contribui para iniciativas sociais voltadas para o bem-estar dos artistas e do cenário musical local, envolvendo bares, promotores e outros agentes do setor.

Mas nem sempre a descentralização pode ser medida apenas com a aplicação de práticas fora dos grandes centros. Ela pode acontecer igualmente em Lisboa, por exemplo. Alguns projetos visam combater a mesma falta de oportunidades que demais selos de outras cidades vivem. Mesmo na capital, logo, supostamente com mais possibilidades, selos como a Cafetra Records, procuram através da descoberta de novos espaços saídas para a falta de penetração em locais em que a música mais popular opera. O *underground* lisboeta se desenvolve com força depois da crise vivida na metade da década passada por meio da atuação da Cafetra e outros selos como a Xita Records e Spring Toast e suas relações com agências como Filho Único e Maternidade para abrir mais portas para novos artistas através de festas de cada selo, por exemplo, aumentando a oferta de música e de locais para concertos.

Há se destacar também a(s) forma(s) de gestão da Omnichord Records. Primeiro calcada na produção local, desenvolvendo bases sustentáveis para que esta possa se expandir para o país e, conseqüentemente, a Europa e o mundo. Somado a isto, a educação é um dos pilares do selo. Formar novas audiências e novos profissionais para o futuro é um meio que a gravadora recorre para potencializar as possibilidades de um ecossistema musical na região, servindo de modelo para o resto do país.

Esses selos buscam inspiração em modelos de outros mercados de menor dimensão para ampliar seus negócios, visando posicionar Portugal como um polo exportador de música moderna, afastando-se da imagem predominante associada ao fado ou à música tradicional. No próximo capítulo, serão explorados como os conceitos discutidos até agora contribuíram para que alguns selos superassem barreiras em direção à Europa. Entretanto, são iniciativas muito dispersas que não ainda alcançaram a expansão esperada, como evidenciado pela participação portuguesa no festival Eurosonic em 2017. Desafios como a falta de colaboração efetiva emergem como elementos cruciais nas tentativas recentes (e na sua maioria malsucedidas) de ultrapassar fronteiras, contrastando com o cenário mais consolidado observado nos países vizinhos europeus.

## 9. EXPANDIR FRONTEIRAS? A “DIFUSÃO INTERNACIONAL” DO INDIE PORTUGUÊS

*A linguagem é a mesma para toda esta gente.*  
(Adolfo Luxúria Canibal  
em entrevista pessoal em 21/02/2022)

Os conceitos abordados até o momento foram examinados em uma perspectiva de "progressão", evidenciando reflexos interligados, nem sempre lineares, mas evolutivos. Cada conceito se complementa mutuamente. Desde o cenário de democratização promovido pelas gravadoras indie em Portugal até a utilização consciente e vanguardista do território, observamos uma combinação de ações voltadas para a construção de ambientes propícios à produção musical, descoberta de novos artistas, prática musical e ao desenvolvimento dessas regiões como agentes culturais no panorama português. Contudo, para selos que também visam a geração de receitas, a expansão de audiências torna-se crucial para a sustentabilidade. Esse desafio é ainda mais premente ao considerarmos que as gravadoras analisadas operam em um mercado de alcance restrito, frequentemente percebido como periférico e ainda associado por seus vizinhos europeus a manifestações folclóricas ou tradicionais (Belanciano, 2017c). Dessa forma, os selos indie em Portugal desempenham papéis fundamentais na concepção de novas e possíveis realidades para a música além das fronteiras do país. “Enquanto não houver uma indústria saudável em casa, é impossível exportá-la” (João Merge, Valentim de Carvalho, como citado em Pires, 1991, p. 14).

Entretanto, a difusão internacional continua sendo uma questão desafiadora e abordada de maneira incipiente. Poucos artistas portugueses contemporâneos gozam de reconhecimento na Europa, com muitos ainda associados ao Fado, como as cantoras Ana Moura e Mariza, ou a raros expoentes de outros gêneros mais populares, como o Moonspell (*heavy metal*) e o Buraka Som Sistema (*kuduro*).

*[É] preciso ver as causas do famoso “amadorismo” do nosso artista. Sem uma estrutura profissional a apoiá-lo, como pode tornar-se um verdadeiro profissional? (...) Se a nossa música não vai além das fronteiras, também não são os nossos músicos os únicos responsáveis (Diniz de Abreu como citado em Branco, 2019, p. 141).*

O papel de difusão internacional desempenhado pelas gravadoras indie é crucial para que diferentes formas de música local, modernas e disruptivas, alcancem consumidores que muitas vezes "sequer imaginam que haja vida musical para além do fado" (Fernando Ribeiro, conforme citado em Branco, 2019, p. 163). A música indie portuguesa representa uma parcela de uma "cultura muito mais vasta e profunda do que aquela que se vende ao mundo" (Branco, 2019, p. 163). Com festivais cada

vez mais ecléticos, que reúnem artistas de diversos países, esses selos voltam-se cada vez mais para esse tipo de evento em busca de mais oportunidades para solidificar seu nome na Europa, captar recursos e, assim, atrair a atenção e promover intercâmbios com mercados estrangeiros. Essas ações estão inseridas no que alguns autores denominam como a “festivalização da cultura” (Guerra, 2016b; Bennett, Taylor e Woodward 2014). Esse fenômeno, em expansão, não apenas se destaca pela sua abrangência global e quase dominante no que diz respeito ao acesso privilegiado a práticas artísticas e culturais, mas também pela sua notável diversidade e variedade, abrangendo uma ampla gama de domínios artísticos, culturais, recreativos e criativos.

Conforme Guerra (2016b), os festivais desempenham um papel significativo no cenário socioeconômico e cultural da vida cotidiana contemporânea, atuando como espaços de celebração e compartilhamento de valores, ideologias, mitologias e crenças. Esses eventos desempenham funções cruciais na coesão das comunidades, proporcionando um ambiente separado da rotina diária que oferece diversas possibilidades e experimentações, permitindo a expressão de identidades e modos de vida, predominantemente entre a população jovem, embora não se restrinjam a esse grupo específico. Conforme observado, os festivais têm se tornando associados a estratégias de marketing urbano e territorial, ganhando destaque nas abordagens de desenvolvimento socioeconômico de cidades e regiões.

Pensando numa lógica de encadeamento de ações, se quisermos visualizar como a música indie em Portugal tenta se desenvolver para poder atingir mercados estrangeiros, faz parte das estratégias que a música proposta e difundida por essas gravadoras tenha algo esteticamente diferente do que “esperado” na música local. Por mais que as táticas e propostas comerciais sejam fundamentais e que sem elas não seja possível pensar em uma música independente nacional para exportação, o produto precisa ser inovador. Combinar o que o país tem de particular, absorvendo influências externas e como a reconfiguração numa “nova”<sup>219</sup> música pode levar a abertura de portas para além das fronteiras geográficas. A reformatação musical proposta por alguns dos mais recentes e ativos selos indie portugueses é uma forma de destacar a produção “caseira” frente aos grandes centros musicais do continente e do mundo, seja de qual gênero for. Falamos aqui de abordagens

---

<sup>219</sup> Destaca-se a palavra “nova” neste ponto pois não se referimos à uma música que não exista em outras partes do mundo, mas que seja singular, característica do local onde ela é produzida, mesmo que seja cantada em outras línguas que não o português. Atualmente, exemplos claros são artistas como First Breath After Coma, Surma (ambos da Omnichord Records), Solar Corona (Lovers & Lollypops), ou Montanhas Azuis (Revolve), todos com turnês regulares pela Europa, ou até no resto do mundo.

estéticas que visam mudar o conceito que a música portuguesa tem fora de portas. Como diz Correia (2019), é necessário que haja sempre uma singularidade tanto na abordagem musical quanto na apresentação gráfica.

Tomada como inspiração para a criação e gestão da Omnichord Records, a cena musical de Reykjavík, Islândia, serve como um exemplo notável de como a música produzida em um país aparentemente isolado do continente pode ganhar respeito, reconhecimento e até mesmo ser reproduzida por artistas de renome. Este fenômeno é evidenciado por nomes como Sugarcubes, Björk, Sigur Ros, Ólafur Arnalds, Of Monsters and Men, entre outros, que surgiram nas últimas décadas.

*Em suma, é difícil acreditar que qualquer coisa com uma batida possa crescer em uma paisagem tão sobrenatural e fisicamente inóspita quanto a da Islândia. A Mãe Natureza, em toda a sua majestade mais dura, é a manchete aqui. Ela não é facilmente ofuscada. No entanto, em um pequeno espaço de ensaio em uma rua lateral coberta de neve e vento no centro de Reykjavík, uma banda local chamada Sugarcubes está ocupada provando que o rock & roll não está apenas vivo e bem aqui, mas também se transformando em formas tão estranhas e maravilhosas quanto o paraíso dos geólogos de fora (Fricke, 1988, p. 3).*

Este movimento começou a ser concebido nos primórdios da música independente em Portugal, destacando-se a Ama Romanta como o principal vetor e canal para a liberdade e diversidade criativa que florescia em Lisboa durante meados dos anos 1980. Como discutido anteriormente<sup>220</sup>, o *boom* do *rock* português no início daquela década inspirou os jovens locais a formarem bandas e a se expressarem artisticamente, desencadeando naturalmente projetos mais audaciosos e vanguardistas, com pouca preocupação comercial. À medida que o selo proporcionava espaço para novos artistas, outros reconheciam-se e vislumbravam, pelo menos, a possibilidade de terem suas músicas editadas.

A gravadora buscava evidenciar que o cenário do rock em Portugal não deveria restringir-se ao que fora produzido entre 1980 e 1982, mas, sim, ampliar-se em propostas mais ecléticas, visando combater a repetição de ideias, a simples adaptação de influências externas, considerada um indício de “subserviência ao que vinha de fora” (T. Monteiro, 2013, p. 116). O selo “simbolizava a expressão mais moderna, vanguardista dos anos 1980 em Portugal” (Carlos Mendes, documentarista, em entrevista pessoal em 15/11/2019).

---

<sup>220</sup> Ver subcapítulo 4.2.

*O movimento Geração Ama Romanta assume-se enquanto plataforma de música moderna, sendo que, não obstante a variedade de propostas artísticas e estéticas, verificava-se uma partilha de valores entre as diversas bandas editadas (Henriques, 2018, p. 15).*

A Ama Romanta conseguiu reunir vários grupos de diversas tendências estéticas em torno da “comunidade do Campo de Ourique” e despertar audiências para essas novas propostas musicais. Nos primeiros anos da década de 1980, quando o rock português era marcado pelo predomínio do pop, as gravadoras indie, especialmente a de João Peste, introduziam inovação e fomentavam a vanguarda na música pós-boom. A amplitude do repertório da gravadora era notável, assemelhando-se ao que foi observado em selos como a Bor Land nos anos 2000, e Lovers & Lollypops e Revolve. Os álbuns lançados pela Ama Romanta “mudaram a face da música portuguesa, derrubando preconceitos a cada nova edição e, ao mesmo tempo, estabelecendo-se como contraponto a um “constrangedor vazio criativo” que atingia parte da música da época (J. Duarte, 1989, p. 21). A urgência de produzir música em Portugal naquele momento e a diversidade resultante estavam “estampadas” nas edições da Ama Romanta, que não seguia uma linha editorial específica, mas sim uma atitude de expansão compartilhada entre a gravadora e as bandas.

Com a ampliação das fronteiras musicais e estéticas, surgiu a consciência de que o mercado em Portugal, além de conservador para esse tipo de produção, era limitado. Internamente, a Ama Romanta enfrentava problemas de organização, como distribuição deficiente, contabilização irregular de vendas e atrasos em pagamentos tanto para bandas quanto fornecedores. Apesar disso, o desejo de expandir para fora do país levou a gravadora a lançar álbuns em Portugal de artistas estrangeiros, como o francês Pascal Comelade, e a convidar outros para eventos da gravadora no Rock Rendez-Vous, como os britânicos Membranes ou os alemães Sprung Aus Den Wolken.

A busca por uma “europeização” do selo não apenas representava uma oportunidade comercial significativa, mas também era uma estratégia para combater o que João Peste chamava de “imperialismo cultural” das grandes mídias e gravadoras locais (Nova, 1987, p. 11). Assim, a Ama Romanta, apesar da desordem interna, buscava meios de entrar em outros mercados, participando de feiras e mantendo acordos de distribuição com gravadoras de outros países, como França e Espanha.

Mesmo a Facadas na Noite, em seu contexto de possibilidades reduzidas em Braga, mantinha contatos regulares com selos de outros países europeus. Através dessas relações, novas sonoridades foram descobertas, e grupos e preferências musicais foram formados na cidade. Como observado, a

Facadas na Noite adotava uma estratégia de negócios com uma visão voltada para o exterior, compartilhando essa perspectiva com a juventude bracarense por meio de acordos de distribuição com selos como Front de l'Est, da França, e a espanhola Musica de Regímen.

Nos anos 1990, a expansão de estéticas sonoras ganhou intensidade no interior do país. Caldas da Rainha tornou-se o epicentro de um movimento que se disseminou para o restante de Portugal, impulsionado pela atuação do artista plástico/músico João Paulo Feliciano. A geração dos anos 1990 emergia com o intuito de romper com o sentimento de “obsessão com a nacionalidade” que permeava a música pop portuguesa nos anos 1980 (Luís Maio, 1987, p. 11).

Através da Moneyland Record\$, algumas dessas bandas conquistaram visibilidade na imprensa especializada portuguesa, como Red Beans e Tina and The Top Ten (que tinha Feliciano como guitarrista e principal compositor), apesar do limitado legado editorial. Ainda assim, o selo é reconhecido como o catalisador desse movimento, também por meio de eventos e pela inovação de representar uma “marca” para uma sonoridade em Portugal e uma atitude “antissistema”, inspiradas pela Ama Romanta. Sob a influência do selo de João Peste, “João Paulo Feliciano consolidou as suas estratégias *anti corporate system* (a partir das Caldas da Rainha, a Moneyland Record\$ acaba de editar mais dois singles)” (Fradique, 1993, p. 5).

Era um momento de expansão também das rádios universitárias e as chamadas “livres”, ou piratas, que operavam à margem da legalidade. Essas emissoras tiveram papel preponderante na difusão de novos grupos e sonoridades, rejeitando o *mainstream* e conectando audiências com o que de mais ousado e inovador se fazia em Portugal e fora dele. As rádios universitárias se expandiam para além das cantinas das faculdades atingindo cidades inteiras até então restritas às programações das grandes emissoras nacionais ou ao conservadorismo das locais. Os fanzines também proliferavam (Guerra, Quintela, et al., 2016). Alguns, como aconteceu com a Bee Keeper, eram ligados à selos e serviam como divulgadores da música produzida por eles. Além disso, o fim do monopólio televisivo fez com que houvesse maior proximidade (ainda que de forma incipiente) através de programas musicais, e, mais tarde, da MTV, do que acontecia no mundo. “Com a abertura crescente de Portugal ao mundo, as pessoas a sintonizarem-se com aquilo que passava na MTV” (Rui Miguel Abreu como citado em Ferreira & Clérigo, 2015).

No final dos anos 1990, os artistas da Flor Caveira apostavam no resgate do uso do português nas letras como fator identitário, mesclando a música tradicional portuguesa com o rock. Originária da

comunidade protestante do bairro de Benfica, a Flor Caveira pode parecer paradoxal quando discutida a expansão musical. No entanto, observada em uma perspectiva mais ampla, a ênfase na coletividade e na valorização de temas locais mostra sua influência direta em selos como a Cafetra Records e Xita Records, já nos anos 2000. Esses selos moldam uma nova cena musical jovem portuguesa, organizando-se de maneira a impactar continuamente o território e suas realidades, transformando o cenário e criando estratégias inovadoras que possibilitam a disseminação dessa música tanto no país quanto além-fronteiras. O selo de Tiago Guillul propunha uma “revolução” na música nacional ao evocar e reformatar o passado, buscando ser uma espécie de representante de uma música nacional plural e diversa. “Tentamos fazer a Flor Caveira ser a nossa Tropicália. Fazer uma coisa portuguesa e aberta ao estrangeiro, contaminada pelo estrangeiro” (Tiago Guillul em entrevista pessoal em 08/02/2022).

A relevância dos selos indie na projeção internacional da música jovem portuguesa se evidencia a partir dos questionamentos dos próprios músicos, que, em meados dos anos 2000, indagavam sobre as razões pelas quais essa música não conseguia ultrapassar as fronteiras nacionais (Sacramento, 2004, p. 14). Uma das respostas residia na emergência de uma organização mais estruturada que começava a se formar no final da mesma década, possibilitando uma presença mais constante de seus artistas no restante do continente. Nos primeiros anos do século, a Bor Land destacou-se pela introdução de novas práticas no cenário indie. Seu fundador, Rodrigo Cardoso, antes de estabelecer a gravadora, estudou as dinâmicas do mercado fonográfico, algo incomum até então. Dessa forma, conseguiu introduzir novas perspectivas no universo indie local.

*[N]ão possuímos tanto essa identidade pequena e fechada, mas já alargamos para outras áreas: em 15 discos editados já trabalhamos com música electrónica, música contemporânea e até vamos editar agora um trabalho para guitarra solo. Tentamos ser diversos (Rodrigo Cardoso como citado em Simões, 2008, p. 73).*

Havia uma sinalização de que Portugal queria se mostrar como criador de diversidade musical, tendo “produtos” variados para poder competir no mercado europeu. Mas para isso, seriam necessárias a profissionalização e táticas e estratégias vanguardistas de mercado no que a Bor Land foi decisiva e pioneira.

A expansão de fronteiras revelou-se crucial para os selos indie em um período em que a música experimentava a revolução do mp3. Com a crescente proximidade proporcionada pela popularização da internet, a música independente portuguesa estava em posição de demonstrar ao

mundo que ia além do que o mainstream local apresentava (T. Monteiro, 2013). Contudo, o termo mais apropriado para descrever esse processo, ao invés de "internacionalização", seria "difusão internacional". Neste contexto, "internacionalização" seria mais adequado quando há a intenção de estabelecer escritórios ou representações no exterior, uma prática comum entre as grandes gravadoras. Ainda assim, em 2013, Monteiro afirmava

*a internacionalização (sic) não se faz apenas com a música, mas sim mediante o acionamento de uma infraestrutura de divulgação e promoção que, em Portugal, só começa a funcionar, e ainda assim de modo incipiente, de uns cinco anos para cá (2013, p. 138).*

Portugal alcançava visibilidade significativa entre o final dos anos 1990 e o início do novo século devido a eventos internacionais de grande porte no país, como a Expo98 e o Campeonato Europeu de Futebol em 2004. Entretanto, para que a música local, especialmente a independente, pudesse conquistar notoriedade e viabilidade no mercado europeu, era imperativo unir-se e organizar-se. Nesse sentido, associações começaram a ser fundadas, como a EI! - Associação de Editores Independentes, em 2004. A entidade tinha como objetivo unir as gravadoras independentes em Portugal, combatendo os altos impostos praticados na música no país, que na época eram de 19% nos discos. Almejava-se igualdade de tratamento em relação ao mercado de livros, que era tributado a uma taxa de 5%, além de buscar melhorias na promoção dos músicos representados. No entanto, em 2005, o caminho seguiu na direção oposta, com o imposto subindo para 23%, indicando que ainda não havia força suficiente para confrontar um mercado consolidado, pautado por um oligopólio. A associação teve uma existência breve, mas sinalizou a tendência de que a necessidade de planejamento e ordenação do meio independente interno era crucial para estar em condições de competir no mercado externo.

*Isso é uma questão antiga, da qual eu falo, talvez, há 20 anos, e que eu acho que nunca se levou muito a sério, a existência de um gabinete de exportação, nem que fosse da cultura portuguesa – já não digo da música portuguesa – à imagem do gabinete de exportação francês, por exemplo, que já várias vezes – de um modo às vezes um bocadinho embaraçante por eu ser português, mas como tenho publishers franceses – já várias vezes fui apoiado pelo gabinete de exportação francês, com resultados incríveis para mim e para o próprio gabinete... E temos outros exemplos no mundo: o gabinete de exportação da música canadiana, se formos a ver o que fez nos últimos 20 anos pela música canadiana, acho que percebemos a relevância importantíssima que tem. E se pensarmos que, em Inglaterra, a música popular ainda continua a ser a primeira fonte de rendimento, pensamos que, se calhar, estamos a ser um bocadinho ingénuos de várias maneiras em relação ao que devia estar a acontecer. (...) não há ninguém a pensar nem na cultura portuguesa nem em como a exportar ou nem em como ganhar dinheiro, mostrar essa cultura ao mundo, nem que*

*seja por uma vontade de mostrar aquilo que fazemos ao resto do mundo (Paulo Furtado, músico, como citado em Guerra, 2021, p. 203).*

Não apenas as gravadoras indie se organizaram para se tornarem sustentáveis, mas também o ambiente ao redor delas buscou evoluir. Se a EI! representou um passo inicial que não se consolidou, outras iniciativas se revelaram mais eficazes, caminhando lado a lado com as transformações do setor. Em 2012, foi estabelecida a AMAEI, seguida, em 2013, pela Aporfest<sup>221</sup> - Associação de Festivais de Música, e, um ano depois, pela MMF, Music Managers Forum<sup>222</sup>. Todas essas entidades têm o foco na profissionalização, capacitação e fortalecimento do cenário independente, além de estabelecer conexões entre este meio e o mainstream em Portugal com mercados estrangeiros.

*[H]avia uma enorme diferença entre a qualidade e o output musical que existia no país, e a falta de profissionalismo dos nossos profissionais [sic] sejam agentes, ou managers ou labels. [Uma] barreira entre os artistas portugueses e a sua internacionalização [sic], realidade que perdurou durante muitas décadas (...) [que significou] uma total ausência de conhecimento dos profissionais internacionais do que é Portugal. A exceção óbvia é claro, “o fado” (Nuno Saraiva, AMAEI, como citado em R. Monteiro, 2016).*

A ideia de expandir para a Europa ganhou força em 2016, quando Portugal ainda não contava com um gabinete de exportação dedicado à música local, algo já estabelecido em vários países europeus desde os anos 1990. Nesse ano, surgiu a Why Portugal, uma plataforma destinada a criar condições para a difusão internacional da música portuguesa. Integrada ao European Music Exporters Exchange, uma associação sem fins lucrativos composta por 29 escritórios nacionais e regionais de exportação de música em 25 países<sup>223</sup>, a Why Portugal tinha como objetivo facilitar a presença frequente de artistas portugueses em turnês europeias. Essa iniciativa foi determinante para a escolha de Portugal como “country focus” no festival Eurosonic, em 2017, uma vez que o evento contou com apresentações de mais de duas dezenas de artistas portugueses ao longo de quatro dias na cidade holandesa de Groningen. Embora alguns críticos considerem essa escolha natural, dado que quase todos os outros países do continente com produção musical relevante já haviam tido esse privilégio.

*Portugal nunca tinha tido esta exposição num acontecimento semelhante com esta envergadura e credibilidade. O que tinha havido até agora era trazer duas ou três bandas, no máximo. Desta vez estiveram 23, para além dos 100 delegados, mais os elementos das bandas. Além disso, as salas estiveram quase sempre repletas e*

---

<sup>221</sup> <http://www.aporfest.pt>. Acessado em 14/11/2022.

<sup>222</sup> [www.mmftp.org/](http://www.mmftp.org/). Acessado em 14/11/2022.

<sup>223</sup> <https://www.europeanmusic.eu/>. Acessado em 14/11/2022.

conseguimos estimular a curiosidade dos profissionais europeus para uma nova geração da música portuguesa (Hugo Ferreira como citado em Belanciano, 2017d).



**Figura 22** - Montagem com algumas chamadas de matérias sobre o Eurosonic 2017. Fontes: <https://tinyurl.com/sjf6yk49>, <https://tinyurl.com/jnstmmyf>, <https://tinyurl.com/yc4wj7sf>, <https://tinyurl.com/5xstbe6s>, <https://tinyurl.com/bdef994f>, <https://tinyurl.com/knnk7arj>, <https://tinyurl.com/446jp37m>, <https://tinyurl.com/5n6ryekc>

A Why Portugal tem como princípio que a capacitação de profissionais e a adoção de uma postura mais alinhada com as demandas contemporâneas da indústria fonográfica tornaram o país elegível para o Eurosonic, destacando eventos de intercâmbio como o Westway Lab<sup>224</sup>, em Guimarães, e o MIL<sup>225</sup>, em Lisboa. “Portugal começou finalmente a ver o setor musical a organizar-se entre várias associações setoriais e redes” (Hugo Ferreira como citado em *Potencial da internacionalização da música portuguesa em debate em Leiria*, 2018).

A Omnichord Records destaca-se como uma das gravadoras mais ativas na difusão internacional, estabelecendo uma sólida conexão com a Why Portugal. A gravadora empenha-se regularmente em expor seus artistas no exterior por meio de festivais, *showcases*, eventos para profissionais da música e participação em feiras, entre outras iniciativas. Essa abordagem resultou em

<sup>224</sup> <https://www.westwaylab.com/>. Acessado em 14/11/2022.

<sup>225</sup> <https://millisboa.com/mil/>. Acessado em 14/11/2022.

conquistas significativas, como a participação da artista Surma no festival South by Southwest, em Austin (EUA), no SIM São Paulo (Brasil), Liverpool Sound City (Inglaterra) e Icelandic Airwaves, em Reykjavík (Islândia). Além disso, a banda First Breath After Coma, também associada ao selo, realiza turnês frequentes pela Europa, abrangendo países como Alemanha, Bélgica, França, Espanha, entre outros. O reconhecimento internacional da Omnichord Records foi solidificado com o recebimento do prêmio FIVEUNDERFIFTEEN<sup>226</sup> em 2017, reconhecendo-a como uma das 15 gravadoras europeias mais inspiradoras com menos de 15 anos, concedido pela Impala, um órgão de suporte a selos independentes globalmente.

Entretanto, apesar dos esforços contínuos para posicionar a música portuguesa como um produto “diverso e moderno” no mercado internacional, persistem questionamentos sobre os benefícios reais do Eurosonic. Uma crítica inicial refere-se à presença de um número considerável de artistas já consolidados no cenário nacional, como Gisela João, The Gift, Rodrigo Leão e DJ Ride, entre os 20 convidados<sup>227</sup>. Além disso, uma preocupação mais significativa é a falta de continuidade nos processos que levaram Portugal ao destaque em 2017, com iniciativas ainda dispersas e os selos indie, em sua maioria, continuando a operar de forma isolada na busca pela expansão para o restante da Europa.

*O Eurosonic deu um impulso, um boost. Mas sem um plano nacional de apoios é difícil fazer acontecer. Continuamos a lutar de forma hercúlea para trabalhar a nossa difusão internacional. (...) Estamos num início bem início. Ainda vamos precisar de muito tempo para isto poder ser algo mais sustentável. Este tipo de associações é benéfico e por ajudar a dar visibilidade já tem um primeiro objetivo realizado. A forma como poderá ser desenvolvido ainda temos que ver (Joaquim Durães em entrevista pessoal em 18/02/2021).*

Uma outra crítica, mencionada nas entrevistas, destaca a falta de representação em Groningen que refletisse a diversidade dos selos portugueses. Por exemplo, apesar de ter uma produção destacada no país, nenhum artista da Revolve foi selecionado para o Eurosonic. Mesmo com o reconhecimento do trabalho do selo como transformador da paisagem cultural da cidade que hospeda o West Way Lab, não houve representação do selo, que inclui artistas como Montanhas Azuis, participante do Primavera Sound Porto em 2021, um dos maiores festivais de Portugal.

---

<sup>226</sup> <https://www.impalamusic.org/independent-young-and-inspiring-meet-this-months-5-under-15-from-impala/>. Acessado em 14/11/2022.

<sup>227</sup> <https://observador.pt/2017/01/10/festival-eurosonic-uma-porta-internacional-que-se-abre-para-a-musica-portuguesa/>. Acessado em 14/11/2022.

*O processo de difusão internacional é um caminho que exige muito tempo e dinheiro, contratação de serviços que ajudem a levar a nossa marca para fora, exige muito network. Nós conseguimos captar público estrangeiro nos nossos eventos, mas enviar artistas para o exterior ainda é muito complicado. O Eurosonic era uma coisa muito boa, mas nenhuma das nossas aplicações foi aceita (Rui Dias em entrevista pessoal em 04/05/2022).*

E mesmo com exemplos como Islândia, a língua continua sendo vista no país como um entrave para a entrada de artistas portugueses no exterior<sup>228</sup>.

*Nos últimos anos, contra fronteiras geográficas ou linguísticas, muitas vezes estas últimas apontadas como o maior empecilho, houve quem provasse que a indústria — a nova versão desta indústria pós-Internet — é realmente cada vez mais global e são já muitos os exemplos de bandas que não se deixaram ficar pelos limites deste país periférico, no que aos centros de influência diz respeito, e furaram Europa e mundo fora, a maior parte de forma ainda tímida, alguns, caso do híbrido Buraka Som Sistema, tornando-se fenómenos de culto (Vieira, 2019).*

Essa situação evidencia que há ainda muito a ser feito no setor, e embora o Eurosonic tenha representado uma oportunidade, não alcançou a todos. Mesmo que não haja um “compromisso formal” da Why Portugal em focar apenas no setor independente<sup>229</sup>, é perceptível que este setor necessita de mais apoio em comparação com os artistas mainstream. Portanto, se a intenção é democratizar a música portuguesa no continente, pode ser que haja uma falta de distribuição mais equitativa da visibilidade entre os artistas e selos escolhidos. Apesar de a Why Portugal afirmar buscar uma “igualdade de oportunidades” para a música portuguesa (Belanciano, 2016), essa ainda é uma questão a ser resolvida para quem acompanha o universo indie em Portugal. A ausência de apoios parece resultar em suportes direcionados para poucos artistas, refletindo em iniciativas isoladas, sem uma comunicação efetiva e um plano abrangente para a música indie no país.

*Sinto que o Eurosonic foi mais “fogo de artifício”. Não chegou a representar o circuito do qual falamos. Foram bandas da Omnichord Records, da Lovers & Lollypops sim, mas a maioria era de já instituídas. Portanto, os nomes [do meio indie] que falamos aqui não tiveram espaço no Eurosonic. Existe aí algo mais do “orgulho nacional” do que uma repercussão efetiva (Mariana Duarte em entrevista pessoal em 25/03/2022).*

Conforme apontado por Nuno Saraiva, o Eurosonic tem uma vertente profissional, voltada para artistas com experiência que possam se desenvolver após as apresentações e que possuam *managers*

---

<sup>228</sup> Quanto aos exemplos mencionados de Surma e First Breath After Coma, a primeira se destaca por cantar em várias línguas, incluindo uma linguagem própria, enquanto o quinteto utiliza o inglês como principal meio de expressão.

<sup>229</sup> <https://whyportugal.org/o-que-fazemos/>. Acessado em 14/11/2022.

ou *bookers*, algo que distancia muitas bandas do meio. Em 2017, houve uma preferência por artistas que já possuíssem essa bagagem, apesar de o evento ser destinado a "talentos emergentes" (P. M. Duarte, 2017). Foram recebidas cerca de 270 candidaturas nacionais para aproximadamente 20 vagas. A participação portuguesa contou com o apoio de cerca de 15 mil euros oferecidos pela Direção Geral de Artes – DGArtes<sup>230</sup>. No total, cerca de 70 profissionais da indústria fonográfica portuguesa participaram com o objetivo de "dar a conhecer ao mundo, e em particular à Europa, um dinamismo musical multifacetado e vibrante, não só do ponto de vista criativo, mas também enquanto fenómeno capaz de gerar riqueza" (Belanciano, 2017b). Em 2022, o número de apresentações foi de três artistas, quando o esperado era "cinco ou seis" após 2017 (P. M. Duarte, 2017): Bruno Pernadas, Carla Prata e The Black Mamba, sendo os dois primeiros independentes e o último distribuído pela Universal Music e vencedor do Festival da Canção de 2021<sup>231</sup>.

## 9.1 PROSPETIVA FUTURA

Embora sonoramente os selos em Portugal historicamente não deixem nada a desejar em comparação com seus congêneres ao redor do mundo, é evidente que a parte organizacional e um maior sentido de coletividade entre eles são áreas que merecem atenção.

Conclui-se que, dentro do universo indie analisado nesta tese, a difusão internacional, considerado o passo mais desafiador para essas iniciativas, ainda é o menos desenvolvido em Portugal. Ao longo deste capítulo, observamos que, embora os artistas indie portugueses, desde os anos 1980, sejam símbolos de inovação estética e sonora, conectados com as vanguardas mundiais, poucos conseguem atravessar regularmente as fronteiras para conquistar e consolidar novos mercados. Os selos, que desempenhariam um papel crucial nesse suporte, ainda enfrentam desafios internos sobre como se organizar para expandir a música local internacionalmente.

A combinação da falta de investimentos estatais ou privados, o sentimento de isolamento de Portugal em relação ao resto do continente (mesmo diante do exemplo positivo da Islândia) e um comportamento protecionista em alguns nichos, especialmente os mais destacados, são identificados

---

<sup>230</sup> <https://www.dn.pt/artes/apoio-a-internacionalizacao-das-dgartes-vai-financiar-29-projetos-5555144.html>. Acessado em 14/11/2022.

<sup>231</sup> <https://media.rtp.pt/festivaldacancao/artigos/the-black-mamba-vencem-festival-da-cancao-2021/>. Acessado em 14/11/2022.

como principais obstáculos para a projeção da música portuguesa na Europa e no mundo. Embora selos como Omnichord Records e Lovers & Lollypops tenham artistas em turnê internacional com alguma frequência, a maioria, como a Cafetra Records, opera com iniciativas esporádicas. A banda Pega Monstro, vinculada à Cafetra Records, obteve algum destaque em publicações especializadas do Reino Unido após lançar dois álbuns em parceria com o selo britânico Upset the Rhythm<sup>232</sup>, mas não conseguiu manter essa presença. A Revolve, apesar de ser um dos selos mais proeminentes no meio independente nacional, teve candidaturas rejeitadas para o Eurosonic 2017, mesmo ano em que Portugal foi Country Focus, indicando que o processo de democratização iniciado pelos selos indie nos anos 1980 precisa ser ampliado para uma presença mais robusta da música portuguesa no exterior. Apesar do progresso interno nas últimas décadas, a visibilidade dessa música além-fronteiras ainda é limitada, exceto por algumas iniciativas isoladas.

Neste contexto, esperava-se que o Eurosonic, principal feira de divulgação e negócios da música na Europa, em 2017, representasse um ponto de viragem para a música independente, conferindo visibilidade a talentos emergentes. No entanto, a análise revela dois aspectos: 1) a maioria ou grande parte dos artistas participantes já tinha uma posição estabelecida no cenário nacional, possuindo mais recursos financeiros e maiores possibilidades de uma carreira internacional; 2) não houve uma continuidade após o Eurosonic para capitalizar a atenção gerada pelos artistas durante o evento.

Nos últimos anos, iniciativas como a AMAEI, Aporfest e Why Portugal surgiram com o objetivo de oferecer suporte e capacitação a projetos e iniciativas em Portugal. Nas entrevistas, observou-se que, embora todos os envolvidos no meio indie considerem positivo o trabalho dessas associações, ainda há muito a avançar, especialmente em relação a uma maior amplitude e abrangência desses órgãos para beneficiar mais artistas, principalmente os independentes. A importância dessas iniciativas é vista quando a então Ministra<sup>233</sup> da Cultura de Portugal<sup>234</sup>, Graça Fonseca, discursou em um evento da Why Portugal em 2018, em Leiria. Isso indica uma aproximação entre esses projetos e o governo

---

<sup>232</sup> <https://www.upsettherhythm.co.uk/pega-monstro.shtml>. Acessado em 14/11/2022.

<sup>233</sup> Não é inédito a visita ou a participação de agentes do Estado em produções ou eventos de gravadoras indie. Se mostra que o setor tem visibilidade, ainda não garante apoios específicos para ele. <https://jornaldeleiria.pt/index.php/noticia/quando-a-ministra-da-cultura-se-rendeu-ao-extraordinario-serra> e <https://www.publico.pt/2022/10/19/local/noticia/experimentou-sintetizador-levou-discos-vinil-visita-ministro-cultura-minho-2024629>. Acessados em 07/11/2022. Ainda, em visita à projetos da Lovers & Lollypops em 2022, o na época Ministro da Cultura Português, Pedro Adão, declarou que “esta ideia de utilizar a música como meio para dar voz a tensões sociais e políticas é levada cada mais a sério pelas associações. Já não estamos na fase da garagem” (P. M. Magalhães, 2022)

<sup>234</sup> [https://www.rtp.pt/noticias/cultura/ministra-da-cultura-defende-existencia-de-politicas-publicas-para-exportacao-no-setor\\_n1111917](https://www.rtp.pt/noticias/cultura/ministra-da-cultura-defende-existencia-de-politicas-publicas-para-exportacao-no-setor_n1111917). Acessado em 14/11/2022.

português, o que é percebido como facilitador para a liberação de recursos e apoios. A questão central é buscar uma distribuição mais equitativa e definir quem seria beneficiado por essas ações.

No mais, a difusão internacional serve também para modificar a “identidade” musical que o país carrega no exterior de ser um grande produtor de Fado, mas ainda tímido quando se fala em música pop/indie. Todos os conceitos tratados até agora nesta investigação mostram que se Portugal se modificou com a ação dos selos indie, ainda falta para eles penetrar numa “última fronteira” e ganhar o exterior e se provarem ainda mais sustentáveis e rentáveis.

## **CONCLUSÕES: ONDE HOUVER MÚSICA, HAVERÁ UM SELO INDIE (E VICE-VERSA)**

Através desta tese, buscou-se traçar uma linha de investigação para observar a evolução das gravadoras indie em Portugal e os impactos desse gênero no país em comparação com os grandes centros do mundo. Além disso, pretendeu-se evidenciar a importância dessas iniciativas na música portuguesa, destacando sua contribuição para a democratização e descentralização dos processos musicais, práticas culturais, exploração consciente de territórios, pioneirismo no mercado e iniciativas de vanguarda desde o início da década de 1980 até os dias atuais.

A diversidade do tema, embora tenha apresentado desafios em certos momentos, enriqueceu a pesquisa ao evidenciar que o cenário indie, longe de ser estático e romântico, é atualmente abrangente e vanguardista. O trabalho também reconhece a dificuldade em enquadrar o indie em métodos quantitativos, medidas pré-estabelecidas ou porcentagens, destacando a frenética e diversa dimensão de sonoridades, práticas de mercado, afetos e aproximação com públicos, cada selo pesquisado revelando suas particularidades em busca da inovação e sustentabilidade. Para essas iniciativas, o tempo é precioso, e há pouco dinheiro para investir.

Neste último capítulo, além de resumir as observações, análises e investigações realizadas, propõe-se dar um passo adiante ao apontar novas direções de estudo a partir das respostas encontradas. Mais do que encerrar a pesquisa, as particularidades do tema e a abordagem inovadora revelaram diversas possibilidades para futuras investigações, destacando diferentes caminhos metodológicos e estratégicos relacionados às gravadoras indie em Portugal e à música indie no país.

Inicialmente, foi crucial contextualizar alguns dos conceitos mais relevantes obtidos por meio da revisão bibliográfica e das entrevistas, considerando também minha experiência como fã de música indie ao longo de quase quatro décadas. Surgiram questionamentos sobre o que impulsiona o gênero e as pessoas envolvidas em sua produção. Explorou-se as forças motrizes que definem o indie não apenas como uma expressão musical, mas como um estilo de vida, uma identidade e uma comunidade.

Aprofundando-se nos principais conceitos que compõem o indie, que vão além da independência puramente musical, a pesquisa destacou os preceitos que o distinguem como um fenômeno cultural próprio, conforme observado ao longo da tese. Para isso, recorreu-se a uma variedade de autores de diferentes áreas, desde a sociologia até a comunicação, passando por

biografias e análises de mercado, a fim de construir um panorama abrangente do que representa o indie, sua inserção e significado.

Nesse momento, tornou-se relevante obter uma visão macro do gênero, suas premissas, intenções, formas de manifestação, condições de existência, agrupamentos e o sentido de comunidade em torno de gostos compartilhados. Além disso, explorou-se os afetos gerados nessa comunidade, destacando as identidades individuais e de grupo buscadas pelos participantes, que muitas vezes desejam se distanciar de realidades que não condizem com seus anseios de vida.

Esse aspecto conduz à reflexão sobre o indie como um fenômeno associado ao sujeito pós-moderno, caracterizado pelo trabalho colaborativo e pelo “nós” em contraste ao individualismo moderno, conforme destacado por Maffesoli (1998). Este sujeito desempenha um papel crucial na descentralização dos territórios, desafiando o “monopólio” cultural e de lazer dos grandes centros urbanos, transformando suas pequenas cidades ou aldeias em polos geradores de possibilidades musicais. Essa abordagem desmistifica processos, promove o compartilhamento de conhecimentos e democratiza o acesso à música, tanto em termos de prática quanto de produção. Proporciona o surgimento de novas abordagens, sempre fundamentadas no trabalho colaborativo e em grupo.

Esses métodos de trabalho resultam em diversas formas de compartilhamento de informações, criando redes e cenas que facilitam a difusão de gostos, originando novas formas de gestão da música indie. Isso otimiza despesas, estabelece circuitos e contribui para o surgimento de novas cenas em diferentes territórios. Com raízes no pós-punk, esse sistema de *network* reforça que a compreensão da música indie não pode ser dissociada de seu princípio coletivo.

Esse circuito de redes teve seu potencial amplificado pela globalização. No entanto, como diversos autores já destacaram, longe de homogeneizar os processos locais, a globalização os diferenciou ainda mais. Os territórios são tratados e recombinaados com o que têm de peculiar ou tradicional na música indie, conferindo-lhes novidade. Muitas das gravadoras indie analisadas nesta pesquisa utilizam essas ferramentas de distinção para atrair participantes para seus eventos, que representam fontes cruciais de receita, além de impulsionar o turismo e as receitas nas cidades onde estão situadas. O local se torna uma fonte de atração estética para explorar o global.

Nesses casos, o estímulo às cenas musicais deixa legados. Se antes a nostalgia de lugares icônicos marcava a cultura e sociabilidade das cidades, como bares, associações ou festas,

atualmente, os selos indie trabalham para deixar um legado não apenas musical ou cultural, mas também econômico e social em seus territórios. Festivais são combinados a eventos de cunho ecológico ou educacional. Crianças são encorajadas a ingressar no mundo da indústria musical, seja como músicos, editores ou na descoberta de como produzir um evento. Esses selos promovem o regional, integrando a prática musical à exploração de territórios e ao turismo. Embora as cenas sejam fluidas, como mencionado anteriormente, elas são cada vez menos duradouras. Existe uma preocupação crescente com a renovação de públicos e agentes, visando manter essas cenas como a única solução para um meio musical saudável e sustentável.

Outro ponto fundamental confirmado ao longo da investigação é que o indie tem se desvinculado do ethos elitista que o caracterizou em seus anos iniciais. Embora ainda exija um certo "capital cultural" para ser plenamente absorvido, dado que se trata de um gênero que incorpora estéticas não apenas sonoras, mas também ideológicas e preferências, compreendemos que a desmistificação precisa ser ampliada em prol da sustentabilidade. Não mais encarado como uma prática cultural de poucos para poucos, esse posicionamento se torna ainda mais premente com o surgimento e popularização das plataformas de streaming. Uma transformação significativa na forma como a música é consumida a partir do final da década de 2000 exigiu dos selos indie uma maior organização para compreender as mudanças, reposicionar-se e propor novos rumos para a indústria fonográfica.

Se, inicialmente nos anos 1980, o indie era caracterizado por desorganização, ao longo do tempo, adquiriu formas mais profissionais, ocupando inclusive o espaço que antes era predominantemente do poder público na promoção de eventos culturais. Essa profissionalização enriqueceu as cenas musicais, que passaram a ser reconhecidas como impulsionadoras da cultura regional. Por meio de atividades que visam utilizar todos os recursos possíveis para combater a precariedade e o tédio, esses nichos culturais buscam construir uma identidade própria que os represente. Assim, são fomentados como uma forma de resistência à dominação cultural da indústria cultural de massa ou do mainstream.

Em um segundo eixo de pesquisa, foi necessário enquadrar o indie dentro de uma linha de produção da música gravada, pois não se trata apenas de um conceito. Como Hesmondalgh (1999) afirmou, o indie é o primeiro gênero musical conhecido não pela sua sonoridade, mas sim pela sua forma de produção. Portanto, é preciso inserir e compreender o indie dentro da história da música gravada. Neste ponto, uma visão dessa história, especialmente a estadunidense, o maior mercado

mundial, torna-se necessária, uma vez que Portugal reproduziu todos os movimentos feitos ao redor do mundo, alguns dos quais foram determinantes para mudanças radicais na forma como se ouve e compreende música hoje.

Visualizar a importância da independência na história da fonografia é crucial para destacar o que realmente é o indie e suas transformações ao longo de mais de 40 anos de existência. Com isso, observa-se que a música independente foi responsável por grandes reviravoltas, mudanças de comportamentos e atitudes de vanguarda na fonografia, que era dominada por grandes conglomerados. Além disso, desvelaram-se estratégias das majors, revelando nomenclaturas erroneamente utilizadas para cooptar estéticas indie (como o termo “alternativo”), uma vez que, como diz Andrade (2023), nas sociedades industriais modernas, destaca-se a significativa busca de absorver, na cultura predominante, práticas ou concepções que, ironicamente, procuram desafiar essa cultura. Também destacou-se a necessidade de modernizar visões um tanto romantizadas do gênero que ainda persistem em preencher publicações e investigações. A prática do indie trata-se, justamente, da desmistificação, inclusive de si mesmo.

Não podemos esquecer os momentos-chave do gênero desde a sua semente, plantada pela banda Buzzcocks em 1977, em Manchester, Inglaterra, que germinou e deu origem às primeiras gravadoras indie pelo mundo todo. A partir desse momento, podemos identificar alguns pontos determinantes nesta diacronia de mais de 40 anos. Além de desempenhar um papel crucial na história da indústria fonográfica, o indie foi responsável por se destacar em momentos históricos, tanto de ordem estética quanto subjetiva, tornando-se um divisor de águas na música. Isso é evidente quando consideramos o pós-punk e a mescla de estilos nos anos 1980; a explosão dos selos indie com a descoberta do Nirvana no início da década de 1990; a confusão gerada pela rápida ascensão do Napster e dos softwares de compartilhamento digital, contrastando com a lentidão das grandes gravadoras até o surgimento das primeiras *DSPs*, ou plataformas digitais de *streaming*, no final da mesma década.

Diante desse cenário, avançou-se para o objeto de estudo: as 18 gravadoras indie portuguesas selecionadas para esta tese de investigação. Em meio a um universo de mais de 600 observadas, delimitar esse número foi resultado de um trabalho árduo. Não apenas pelo esforço em si de alcançar um número que abrangesse os 35 anos de recorte proposto, sem expandir demasiadamente e perder o foco, mas também por deixar de registrar na pesquisa gravadoras importantes, muitas dignas de dissertações próprias, como Cliché, Rastilho ou Raging Planet.

Desde o início da decisão de realizar uma pesquisa detalhada sobre as gravadoras indie em Portugal, sabíamos da sua importância em pequenas comunidades, na valorização de territórios e na promoção de artistas emergentes em um país com um mercado reduzido. À medida que a pesquisa avançava, não apenas na revisão bibliográfica (como explicado no capítulo sobre táticas e estratégias metodológicas, ainda bastante incipiente no tema em Portugal), mas também no uso extensivo e exaustivo de fontes da imprensa, novos e cruciais papéis foram descobertos, transformando esses selos em agentes não apenas musicais e culturais, mas também sociais e educacionais.

Com base nessa percepção, os selos indie portugueses são reconhecidos como uma enorme mais-valia nos estudos sobre música e cultura no país. Essas iniciativas avançaram os conceitos do gênero, democratizaram ainda mais o acesso à produção musical, ampliaram fronteiras sonoras e proporcionaram a cada vez mais artistas a oportunidade de edição. Ao adotar uma abordagem baseada no "faça-você-mesmo", esses selos conferiram tons mais profissionais, tornando o "faça-junto" um elemento indispensável para visibilizar essas produções e, assim, garantir alguma sustentabilidade, tanto para os selos quanto para os artistas. Além disso, exploraram táticas e estratégias de mercado pioneiras, sendo impulsionados pela necessidade de estar sempre um passo à frente da indústria. A criatividade dessas gravadoras, em constante sintonia não apenas com a realidade atual, mas também com as perspectivas futuras, tem sido crucial. Especialmente nas últimas duas décadas, mostraram-se capazes de enfrentar as precariedades e difundir novos estilos musicais pelo país, resgatando-os do completo anonimato.

Certamente, não importam grandes números de vendas. Trata-se de edições em tiragens limitadas, muitas das quais não ultrapassam mil cópias. No entanto, a força da comunidade entre esses selos, aliada aos eventos que organizam, contribui para criar atmosferas de constante reinvenção e novidade, mantendo esses nichos em um estado contínuo de produção e evolução.

No entanto, isso não os isenta de críticas. Vários entrevistados expressaram julgamentos severos sobre a alegada "impenetrabilidade" de alguns nichos em torno desses selos, caracterizando-os como facções autossustentáveis que não abrem espaço para novas iniciativas, o que contradiz os princípios de democratização. Em sua defesa, esses selos argumentam a escassez de recursos como um obstáculo para a produção mais frequente de novos trabalhos, que poderiam ampliar seus catálogos e, conseqüentemente, seus custos.

Nesse aspecto, a carência de informações técnicas representou um desafio significativo para esta pesquisa. Mesmo órgãos considerados “oficiais”, como a AMAEI, não dispõem de dados atualizados sobre a presença dos selos indie/independentes portugueses no mercado local. A última pesquisa consolidada remonta a 2015, referente ao ano de 2014. A AMAEI alega falta de retorno das gravadoras, que, por sua vez, argumentam não ter tempo para coletar as informações solicitadas. Portanto, não existem números concretos sobre a atuação do indie português no mercado local.

Para prosseguir com as respostas propostas, tornou-se essencial traçar uma nova linha temporal, incorporando os selos escolhidos para a investigação nas décadas em que operaram ou ainda operam, contextualizando com a evolução histórica e social de Portugal. Essa conjuntura é crucial para compreender as origens desses selos, as decisões tomadas, aspectos estéticos e até mesmo os modos como encerraram suas atividades, entre outros. As gravadoras indie em Portugal reinterpretaram ao longo de quatro décadas estéticas, sonoridades e práticas observadas em suas congêneres ao redor do mundo, reconfigurando-as como próprias. Compreender esses momentos foi fundamental para uma análise mais aprofundada do gênero no país.

Gravadoras indie são reflexos de seus tempos e, simultaneamente, propõem outras realidades. Portanto, é fundamental analisar os métodos e formas como emergiram ao longo das últimas quatro décadas, considerando suas relações com os contextos sociopolíticos, econômicos e culturais específicos de cada período. Além disso, é essencial compreender como esses elementos se refletem nos modi operandi desses selos e na música que produzem.

Nesse sentido, buscamos estabelecer uma conexão entre o surgimento e o funcionamento dessas gravadoras em relação às realidades em que se encontravam. Mostramos que essas iniciativas não surgem aleatoriamente, mas como resultado de uma série de acontecimentos que vão além da esfera musical, respondendo também como mecanismos sociais e de exploração de territórios. Cada uma das gravadoras selecionadas para esta pesquisa foi contextualizada dentro de seu período histórico, destacando as transformações ou até mesmo regressões na música indie nacional e como foram influenciadas por movimentos estrangeiros.

Ao analisar temporalmente essas gravadoras e situá-las em seus territórios, pudemos observar como deixaram suas “marcas”, moldando seus tempos e tornando-se pontos de referência para

diferentes gerações. Esse exercício permite entender não apenas a evolução da música indie em Portugal, mas também como essas gravadoras contribuíram para a construção de identidades culturais ao longo do tempo.

Esses métodos moldam a essência do gênero, resultando de uma combinação de diversos fatores que influenciam identidades e proporcionam reconhecimento entre os indivíduos. Eles geram grupos que se distinguem de suas realidades, impulsionando esses nichos à ação que (re)transforma e (re)configura seus ambientes. Tudo isso é realizado em prol da criação de espaços e existências mais alinhados aos desejos desses participantes, utilizando a música como meio.

Os novos enfoques propostos para o indie precisaram ser construídos por meio de abordagens de pesquisa inovadoras, dado que Portugal tem uma tradição limitada de documentação de sua história na música pop, especialmente no contexto da música independente. As poucas fontes literárias disponíveis foram exaustivamente exploradas, incluindo os contributos pioneiros da professora Paula Guerra, que abriram caminho para os estudos sobre música independente em Portugal, exercendo uma grande influência nesta tese. No entanto, devido à escassez de outras obras, incluindo aquelas de natureza acadêmica, foi necessário realizar uma análise minuciosa de publicações como o jornal Blitz, LP Jornal de Música, VOX e Se7e (este último, mais utilizado no período entre 1982 e 1984, antes da criação do jornal Blitz).

Assim, por meio das entrevistas, foi possível traçar perfis detalhados desses selos e do cenário indie em Portugal. Vale ressaltar que um selo indie, além de tudo, representa uma forma de empreendimento. Ele não prioriza apenas o capital simbólico em detrimento do econômico puro. Sua abordagem envolve a não renúncia a princípios em prol do lucro fácil, em contraste com as grandes gravadoras. Para superar a precariedade, esses selos devem adotar posturas empreendedoras, organizar-se eficientemente, gerar lucros e destacar-se da obscuridade, operando como verdadeiras empresas para tornarem-se visíveis. O desejo de atuar em pequena escala e manter-se à margem não deve ser interpretado como uma forma de abnegação, mas sim como uma estética e estratégia conscientes. O indie, de fato, representa uma forma de negócio que harmoniza suas subjetividades com o mercado, buscando subverter o capitalismo puro. Isso demonstra que existem alternativas de empreendedorismo além das práticas oligopolistas das grandes gravadoras.

O universo indie desenvolve suas próprias linguagens, signos e significados, conduzindo-nos a uma análise semiológica. Ao abranger não apenas expressões musicais, mas também linguagens

verbais, visuais e gestuais, o indie transcende a esfera musical para tornar-se um modo de vida que constrói identidades. Ele atua como um agente de comunicação, proporcionando afirmação e distinção simultaneamente. Essa característica transforma o indivíduo em um produtor de significados. Anteriormente, havia uma tendência de fechar-se em nichos para “proteger” o capital simbólico do indie, pois a popularização poderia depreciá-lo (Benjamin, 1987). Contudo, observa-se claramente uma expansão desse universo, possibilitando que mais pessoas participem. Essa ampliação visa não apenas a expansão do capital cultural, mas também a sustentabilidade do meio indie, já que um mercado mais vasto contribui para essa viabilidade. Ampliar o indie, nesse contexto, não é apenas uma tática cultural, mas também uma estratégia de mercado. No entanto, essa expansão ocorre de maneira “controlada”, preservando os preceitos fundamentais do gênero, conforme já explicitado anteriormente.

As simbologias do punk desempenham um papel crucial na compreensão do gênero e de suas dinâmicas de avanço e retrocesso. O estudo da cultura indie não pode ser reduzido a perspectivas unilaterais, dada a sua natureza composta por diversas manifestações culturais, sociais e estéticas, exigindo uma análise multifacetada. Mesmo dentro desse universo, torna-se evidente a necessidade de abordagens diversas em casos específicos. Essa demanda surge porque o indie é forjado pelo trabalho fundamentado em estéticas do *do-it-yourself* e do *do-it-together*, resultando em particularidades únicas para cada iniciativa. Essas singularidades conduzem a trajetórias de descobertas, fracassos, tentativas e autorreflexão, destacando a complexidade e a diversidade inerentes ao movimento.

Essa prática possibilitou que indivíduos explorassem novas formas de cultura e entretenimento, proporcionando escapes para uma vida tediosa e desprovida de perspectivas. Além disso, abriu caminho para carreiras informais no campo da música, permitindo o desenvolvimento de habilidades, mesmo que de forma voluntária, e oferecendo a indivíduos a oportunidade de dedicarem suas vidas à música, mesmo aqueles que não eram músicos. Essas práticas colaborativas na música não apenas fomentam cenas musicais, mas também representam o que Bourdieu (1996) denominava de *illusio*, métodos para recriar realidades e moldá-las. Dessa forma, surgem abordagens distintas para lidar com a música, dando origem a diferentes métodos de trabalho e contribuindo para a formação de novas culturas por meio dessas cenas.

Esses mecanismos se desenvolveram de tais maneiras que hoje vemos em Portugal cidades com seus nomes intimamente ligados à culturas desenvolvidas por selos indie como Leiria (Omnichord Records), Barcelos (Lovers & Lollypops), Guimarães (Revolve), Lamego (Zigur Artists), ou mesmo nos grandes centros como Lisboa, determinados espaços e bairros também com suas práticas musicais

associados com gravadoras como Flor Caveira (bairro de Benfica em Lisboa) ou Cafetra Records e Xita Records, relacionadas com o Bairro Alto e o prédio da Interpress na baixa lisboeta. Todas, sem exceção, representam o trabalho em conjunto, o DIT.

Ao longo dos anos, o indie passou por transformações significativas, influenciadas tanto por considerações estéticas quanto comerciais. Essas mudanças foram delineadas tanto pelas abordagens pioneiras adotadas pelos selos indie (no caso das primeiras) quanto pela influência exercida pela indústria fonográfica mainstream (no caso das segundas). Analisar esses momentos cruciais permite compreender os impactos desses selos no panorama musical e vice-versa, fornecendo insights sobre mudanças de direção e decisões estratégicas adotadas por essas gravadoras ao longo de diferentes períodos.

Com a multiplicação de selos, o indie evoluiu do final dos anos 1970 ao início da década de 1980, transformando-se em um gênero esteticamente diversificado. Cada gravadora indie, sendo inicialmente um reflexo dos gostos de seus fundadores, naturalmente busca sonoridades e estéticas únicas. Isso resulta, durante o período conhecido como pós-punk, na fusão de estilos e na exploração de novas influências além das propostas pelo punk anteriormente. Gêneros como *reggae*, *krautrock*, *funk* e *soul* são incorporados, iluminando um leque mais amplo de possibilidades e mesclando a música com diversas vertentes artísticas. Importante notar que esse experimentalismo não se confunde com virtuosismo, tendo suas raízes em movimentos como o surrealismo e o dadaísmo. A liberdade e a acessibilidade a qualquer pessoa para se envolver na expressão artística eram os objetivos, exemplificados pela disseminação do uso do sintetizador como símbolo desse período, no qual não era necessário possuir habilidades prévias para manipulá-lo.

As gravadoras indie, naquela época, aspiravam a ser um catalisador dessa produção diversificada, ao mesmo tempo em que encorajavam o surgimento de novas sonoridades e estéticas musicais, proporcionando uma gama variada de opções além do mainstream. Em um período de domínio absoluto das grandes gravadoras no mercado, os selos indie representavam faróis de abordagens inovadoras na música, democratizando processos e transformando territórios, embora ainda carecessem da organização necessária para efetuar a desejada “infiltração” no mercado.

Essa preparação e reorganização começaram a se manifestar na década seguinte, quando as majors e as gravadoras indie se aproximaram, impulsionadas pelo fenômeno associado à banda Nirvana e ao lançamento do segundo álbum do grupo, Nevermind, pelo selo Sub Pop, de Seattle.

Naquela época, várias gravadoras indie foram adquiridas ou estabeleceram relações mais próximas com as majors, criando uma espécie de “aprendizado” entre elas e se preparando, de certa forma, para a nova era que se avizinhava.

Com a ascensão da era digital, a música passou por transformações radicais em termos de comercialização e consumo. O formato físico foi profundamente repensado, e termos como "pirataria" retornaram ao vocabulário da indústria fonográfica. As vendas da mídia física não eram mais a principal fonte de receita; o foco passou a ser o conteúdo em si, ou seja, a música. Diante desse cenário, a indústria fonográfica aproveitou o ambiente online, como evidenciado pelo lançamento do iTunes pela Apple na década de 2000 e, posteriormente, o surgimento de plataformas digitais, exemplificado pelo Spotify. Se as grandes gravadoras previam um novo “ciclo de substituição”, migrando do CD para o ambiente online, e as fusões dos conglomerados de mídia indicavam uma redução nas vendas físicas, a velocidade com que a tecnologia avançou para a troca online de arquivos musicais superou qualquer planejamento previsto, se é que ele existia.

Nesse contexto, torna-se evidente que a democratização prometida pelo meio online não foi apenas uma breve esperança. Para as gravadoras indie, a desmaterialização da música inicialmente foi vista como uma grande oportunidade para conquistar o mercado, uma vez que as majors estavam fragilizadas devido à queda nas vendas. No entanto, rapidamente se percebeu que os selos indie enfrentariam novos desafios. Além do mercado turbulento, o avanço tecnológico permitia que qualquer pessoa estabelecesse estúdios caseiros e distribuisse música para qualquer lugar do mundo em questão de segundos. Dessa forma, a pergunta “quem precisa de gravadora?” tornava-se cada vez mais urgente. Além disso, a competição crescia, pois o universo online era constantemente povoado por novas bandas, artistas e selos, acessíveis a qualquer momento.

Reposicionar, ou ainda, reforçar seus preceitos, foi indispensável para os selos indie poderem se manter vivos no mercado. Se a oferta é infinita e qualquer pessoa pode acessar qualquer artista, noções de afeto e de chancela precisaram ser ampliadas. Fazer dos selos indie não só meros editores musicais, mas prescritores, aqueles que indicam qual música ouvir, que imprimem selos de qualidade no que fazem e que é possível seguir sem restrições em um ambiente de incalculáveis alternativas. Deste modo, poderiam entender e atravessar um crescimento desmedido da oferta musical – o que é diferente de ser democrático – mantendo-se ainda enquanto pontos de atenção e de referência.

Com a remodelação de toda a indústria, as relações entre seus agentes também precisaram ser reexaminadas. Em busca da sustentabilidade, os selos indie estabelecem hoje relações comerciais com grandes gravadoras e o poder público, sem que isso necessariamente comprometa a independência e a liberdade criativa. Isso ocorre porque, atualmente, muitos selos indie conseguem manter alguma autonomia financeira, mesmo que enfrentem notáveis dificuldades, graças à diversificação de modelos de negócios que abrangem desde a edição até festivais. Em Portugal, onde selos costumavam ter uma vida útil limitada, já existem iniciativas que ultrapassam os 20 anos de existência, como a Lux Records, e outras que seguem caminhando rumo a esse marco sem grandes percalços, como Lovers & Lollypops, Omnichord Records, Revolve, Cafetra Records, entre outras.

Assim, a participação de mercado da música independente (incluindo independentes e selos indie) em todo o mundo tem aumentado gradualmente ao longo dos anos, refletindo-se no crescimento do emprego nesse setor, na longevidade dos selos e no número de artistas em seus catálogos. A consolidação desse mercado para as iniciativas independentes é um processo contínuo, impulsionado por uma maior organização, compreensão do mercado, estabelecimento de parcerias, formação de associações e o surgimento de órgãos que buscam proteger os interesses desse setor dentro da grande indústria fonográfica.

E na cena indie portuguesa, esse processo não foi diferente. Inicialmente, buscou-se replicar características de selos estrangeiros, primeiramente britânicos e, em seguida, estadunidenses. Contudo, ao longo do tempo, essa cena foi gradualmente incorporando elementos distintivos, ou “portugalidades” e “territorialidades”, ao cenário internacional, dando ao indie português uma identidade única. Assim como em outras partes do mundo, a cena indie em Portugal ecoou os contextos sociopolíticos globais e locais, e os selos que surgiram nesse cenário refletiram, cada um à sua maneira, as características de sua época.

Dessa forma, é possível observar uma espécie de evolução constante no cenário indie português por meio dos selos discutidos aqui. Possuem propostas de trabalho, estéticas definidas (ou não), escolhas linguísticas, sonoridades específicas ou diversificadas, em um *vai e vem* sempre procurando estar atento ao que ocorria internacionalmente com a ambição de criar algo singular no país, algo que pudesse ser reconhecido pelos seus pares além das fronteiras nacionais.

Por um lado, a necessidade de profissionalização e distanciamento do amadorismo era evidente para os selos indie; por outro, era crucial reforçar o que os torna únicos. A combinação de

gestão eficiente com uma abordagem afetiva e ordenada, a otimização de recursos e a preservação da identidade indie para manter a fidelidade de seus nichos e atrair novos públicos tornaram-se imperativos. A percepção de que a gestão 360° e a realização de eventos eram essenciais tornou-se uma estratégia vital para a manutenção e longevidade desses selos. A constante reinvenção levou os selos indie a implementarem novas ideias e estratégias, posicionando-os como sinônimos de vanguarda no mercado fonográfico português.

Além disso, esses selos desempenharam um papel fundamental ao chamar a atenção dos poderes públicos locais para o potencial econômico da música independente. São formas de expressão que desafiam os meios tradicionais e, ao contornar realidades desafiadoras ou insatisfatórias, modificam o ambiente ao seu redor. Na segunda metade dos anos 2000, Portugal enfrentou uma grave crise econômica, intensificada pela austeridade imposta ao país. O movimento conhecido como “Geração à Rasca” marcou esse período, impulsionando diversos movimentos musicais em Lisboa, com selos como Cafetra Records, Xita Records e Spring Toast destacando-se pelo coletivismo e colaboração como meio de transformar adversidades e criar culturas próprias, conferindo ao indie um status ainda maior de resistência para a música emergente no país. Esses selos foram pioneiros na formação de novas cenas musicais na capital, baseadas em relações colaborativas e uma cultura de liberdade criativa.

Com a crise, a descentralização se fez ainda mais necessária. A criação de ambientes que pudessem ser rentáveis e sustentáveis em diferentes territórios além de uma demanda cultural e lúdica, também se mostrava econômica. Abrir novas opções e tornar seu território mais atrativo para investimentos, visitantes, mídia, entre outros, foi tomado como primordial pelos selos indie da última década. O efeito é de motivação para que mais agentes surjam por lá, dinamizando ainda mais o que é feito na cultural local. A estimulação da música local se dá com a mescla e o contato com artistas de outras regiões tornando-se palcos e pontos de turismo musical. Essas atividades estimulam a economia da cidade a tornam o selo um farol para novas descobertas da região colocando-a no mapa musical do país.

Todas essas iniciativas estão fundamentadas nos conceitos amplamente discutidos durante as entrevistas conduzidas para esta tese, bem como nas pesquisas realizadas em periódicos, documentários, séries, entre outras fontes. Os selos examinados têm como base o desejo de democratizar a música, não apenas em termos de prática, mas também na oferta e na viabilização do acesso a métodos de edição. Eles visam transformar o que é considerado "incomum" em algo

realizável. O papel essencial dos selos indie é permitir o fluxo de movimentações musicais underground, incentivando seu desenvolvimento ou mesmo germinando-as, incorporando diversas influências em seus territórios. Desde a Fundação Atlântica até a Xita Records, todos os selos estudados neste contexto, e possivelmente todos os selos indie ao longo da história, compartilham a democratização como um elemento essencial de sua missão.

Dentro dessa abordagem de gestão, observamos a criação de abordagens inovadoras para a música. Enfrentando as dificuldades decorrentes da escassez de recursos e da competição desigual das grandes gravadoras, os selos indie precisam constantemente inovar, apresentando soluções e estratégias para manter seus nichos e atrair novos públicos. Grande parte desse aprendizado é adquirido por meio de tentativa e erro, com anos de experiências, fracassos sucessivos e desafios financeiros ao redor do mundo. Em mercados com consumidores limitados, como o português, essa inovação contínua é fundamental para o sucesso desses empreendimentos. Assim, mesmo operando com recursos limitados, selos como Lovers & Lollypops, Omnichord Records e Revolve conseguem destacar-se, tornando seus trabalhos sustentáveis e referências no país. Essa abordagem profissional também os habilita a buscar recursos públicos para edições, eventos e iniciativas culturais.

Essas atividades contribuem para a construção de identidades locais distintas. Se Leiria é reconhecida pela Omnichord Records e pela expressão musical *post-rock* de seus artistas, o Barreiro é reputado como a capital do *garage rock*, influenciado pelo trabalho da Hey, Pachuco! e pelo festival Barreiro Rocks. Essas associações nem sempre são baseadas apenas em sonoridades; Barcelos, cidade natal dos fundadores da Lovers & Lollypops, é considerada uma “caldeira” de experimentações do selo, apesar de sua sede ser no Porto, devido ao número significativo de bandas locais no catálogo e ao prestígio do festival Milhões de Festa, um dos mais frequentados durante o verão em Portugal. Da mesma forma, a Revolve e a Zigur Artists são vistas como promotoras da diversidade musical em seus territórios, muito devido também por meio dos eventos que organizam.

No entanto, dentre todos os conceitos abordados nesta pesquisa, observa-se que a projeção internacional dos selos indie portugueses ainda não alcançou o nível esperado, mesmo com a expectativa gerada pela exposição no Eurosonic em 2017, quando Portugal foi destacado como *Country Focus* na edição daquele ano. A análise aponta que, embora selos como a Omnichord Records tenham obtido uma resposta positiva com seus artistas, muito disso se deve às conexões do selo com a plataforma de exportação Why Portugal. No entanto, a grande maioria não se beneficiou do que era considerado, até então, um possível “ponto de viragem” na música local. O Eurosonic, almejado como

uma oportunidade de difusão internacional regular ao longo dos anos, foi percebido pela maioria dos entrevistados como tendo pouca representatividade para o setor independente português, destacando nomes já consolidados e deixando de retratar a diversidade de estilos, estéticas e sonoridades evidenciadas nesta pesquisa.

Algumas gravadoras, como Omnichord Records e Lovers & Lollypops, conseguem regularmente manter contatos e gerir turnês de artistas de seus catálogos pela Europa e até mesmo fora do continente. Contudo, essa prática representa apenas uma parcela mínima desse universo. Embora a música indie desempenhe um papel vital na apresentação internacional da diversidade musical produzida em Portugal de maneira moderna e disruptiva, observa-se a ausência de um circuito nacional que permita aos selos e artistas uma maior itinerância e interação com seus pares em outros países europeus.

Embora o “produto interno” seja inovador e tenha gestões profissionais e modernas nos últimos anos, ainda falta uma visão unificada no país para que essa música possa ganhar vida fora dele. Mesmo com contatos estabelecidos entre selos portugueses e seus congêneres estrangeiros desde a época da Facadas na Noite e Ama Romanta, ações similares atuais ainda se mostram esparsas, sem continuidade, dependendo de iniciativas isoladas em que cada um busca sua promoção de formas diferentes.

Dessa forma, percebe-se que, sem circuitos internos bem estabelecidos, torna-se desafiador atrair a atenção de públicos mais amplos no continente. Visando gerar alguma unidade e disseminar conhecimento, foram criadas associações como AMAEI, Aporfest e Why Portugal. A partir dessas iniciativas, surgem também eventos que promovem o encontro e a troca de experiências entre profissionais do setor, embora os resultados ainda sejam incipientes no que diz respeito à penetração da música indie nacional fora de Portugal.

Com isso, pode-se traçar um panorama alargado e longe de interpretações definitivas sobre a música indie portuguesa. Em um ambiente de rápidas transformações como é o da música atualmente, do momento em que essa tese começou a ser pensada até o momento da escrita, diversas “novas maneiras” de encarar o mercado foram anunciadas quase que diariamente, obrigando a uma revisão quase que também diária da literatura. Desse modo, o tema segue aberto a diversas maneiras de ser interpretado e enxergado. Se os selos indie são únicos, cada modo de analisá-los também o é. O que fizemos nesta pesquisa foi jogar um prisma das suas representações enquanto

força cultural em Portugal desde os anos 1980 e ainda hoje representando uma importante e numerosa parcela da população ativa portuguesa.

Constituído por relações, *networks*, afeto e gostos compartilhados, o indie se manifesta de diversas maneiras. Foi possível observar as abordagens singulares da produção desse gênero em Portugal, mesmo sendo um país de dimensões reduzidas. Cada selo procura replicar de alguma forma características que combinem anseios específicos, peculiaridades de grupo, particularidades territoriais, estéticas sonoras, entre outros. Embora haja uma falta de circuito unificado, a criatividade e a singularidade dessas gravadoras se mostraram como suas principais armas para enfrentar as dificuldades inerentes ao gênero.

Nesse sentido, aponta-se a enorme relevância das gravadoras indie no desenvolvimento de culturas em Portugal e na promoção do interior enquanto produtor musical e de cultura. Não só disseminando a música feita naquelas regiões, mas como atraindo visitantes, fazendo a economia local se movimentar por meio de eventos musicais.

A concepção desta noção só se tornou possível graças à combinação de metodologias, dada a escassez de publicações e ao limitado registro do pop rock português em livros, em contraste com seus vizinhos europeus. Ao buscar ser um trabalho pioneiro no país, é natural que o estudo gere várias ramificações e perguntas não respondidas, especialmente porque diversas novas questões foram sendo levantadas ao longo da pesquisa simultaneamente, algumas provenientes dos próprios entrevistados. Como um campo de ações dinâmicas constantes, observa-se que este é um rico domínio de estudos que não se esgota em si mesmo, levando à reflexão sobre o futuro da música portuguesa como um todo. Diante da crescente restrição do mainstream a poucos artistas, como o cenário independente, que circula e impulsiona a música fora dos grandes holofotes, se adaptará a um universo cada vez mais fragmentado, plataformizado e pulverizado? Como esses selos enfrentarão um mercado que exige cada vez mais conteúdo para permanecer visível, onde a competição aumenta exponencialmente? Novas formas de rentabilidade, exposição, atração de públicos e captação de recursos precisam ser constantemente ponderadas. Os acordos com grandes empresas e o poder público transformam essas iniciativas em pequenos *hubs* criativos não apenas para a música ou a cultura, mas também para os negócios e a economia de seus territórios.

A edição, embora continue a ser a “alma” desses selos, hoje é apenas uma das várias especialidades dessas estruturas dinâmicas, essenciais para a proteção e representação de uma

parcela significativa do mercado fonográfico - a base da pirâmide, onde se encontram a maioria dos músicos, artistas e profissionais do meio. Como podem ser abordadas as questões de networking e a necessidade de criar mais circuitos para permitir que a música indie portuguesa alcance outros mercados? Essas redes têm o potencial de se expandir para além dos nichos analisados aqui, formando assim um “mercado indie português”, ou continuarão a depender de iniciativas pioneiras, vanguardistas e criativas, porém, ainda dispersas e isoladas entre si?

Durante as entrevistas, ficou evidente um sentimento de pessimismo em relação às políticas públicas de apoio às iniciativas culturais independentes. Os entrevistados destacaram a dificuldade em cumprir requisitos, a adequação aos processos de liberação de recursos de entidades públicas e a burocracia associada a esses sistemas como alguns dos principais obstáculos. No entanto, o indie sempre esteve desconectado dessas associações, mantendo sua relevância ao longo da história por oferecer alternativas inovadoras e vanguardistas. Portanto, é crucial questionar esse panorama, pois, embora haja avanços contínuos, atribuir a falta de um “passo adiante” à ausência de apoio público pode ser contraproducente em relação aos princípios do gênero e ao caminho de profissionalização que tem sido trilhado. O desafio reside em conceber circuitos sustentáveis que possam prosperar independentemente e crescer para além dos recursos públicos.

A ausência de dados e pesquisas sobre a “saúde” do meio independente em Portugal é notável. A última publicação significativa divulgada pela AMAEI sobre o setor data de 2014. No entanto, o documento carece de clareza quanto às fontes consultadas, não oferece comparações com anos anteriores e parece ser uma mensagem lançada ao mar, perdida por falta de uma análise mais aprofundada das razões por trás da escassez de dados. Essas informações seriam cruciais para fornecer sinais mais precisos sobre o estado do gênero no país, contribuindo para a identificação e resolução de problemas antigos e emergentes. Essas lacunas na comunicação prejudicam a produtividade do meio independente, impedindo uma compreensão mais precisa de sua realidade e perpetuando a sobrevivência com base em estratégias e projetos pontuais. São falhas graves que prejudicam a capacidade do setor de discutir questões e desafios de maneira mais eficaz.

Esta tese não apenas se propõe a analisar a atual situação do cenário da música indie em Portugal, mas também almeja ser propositiva, buscando abrir caminhos para futuros trabalhos que possam enriquecer ainda mais a compreensão e colaborar para a evolução contínua desse gênero no país. A escassez de pesquisas científicas e a falta de documentação abrangente sobre esta música e o *pop-rock* em geral em Portugal limitam a percepção da importância do gênero para a cultura e a

economia locais. Ao procurar ajudar a preencher essa lacuna, a presente pesquisa não apenas visa contribuir para uma compreensão mais profunda do papel do indie na sociedade portuguesa, mas também busca oferecer uma base sólida para futuras investigações e análises acadêmicas. A música indie, portanto, não é apenas objeto de estudo, mas pode se tornar um ponto de partida para diversas abordagens acadêmicas, proporcionando *insights* valiosos sobre a interseção entre cultura, economia e sociedade. Dessa forma, a via de influência é bidirecional: o indie não só serve como objeto de estudo acadêmico, mas também pode se beneficiar das conclusões e perspectivas oferecidas pela pesquisa, fortalecendo ainda mais sua posição e relevância no contexto cultural e econômico português.

Dessa forma, procurou-se vislumbrar novos horizontes e inovar nos estudos que envolvem a comunicação, sociologia, história e outros campos do conhecimento, abordando os discursos, estratégias de marketing na música indie e sua relação com o espaço. Esta investigação visou preencher lacunas em um campo ainda pouco explorado, promovendo uma abordagem interdisciplinar que mescla diversas disciplinas e utiliza uma variedade de técnicas de coleta de informações.

Como desdobramento desta pesquisa, emergiram atividades que ultrapassaram as páginas de livros e periódicos. Em 2021, foi criado o programa de rádio online Indietuga, com o propósito de apresentar a produção indie em Portugal a um público mais amplo. Hospedado em uma *webradio* brasileira (<https://electricradio.com.br>), o programa é uma das iniciativas originadas em paralelo à tese, juntamente com uma plataforma para a criação de circuitos independentes (ainda em fase de estudo de implementação). Além disso, foi lançada uma página na internet, a Web Indie PT (<https://webindiept.home.blog>), que, por meio da tecnologia de arquivamento digital, resgata a memória online de algumas das mais importantes gravadoras indie portuguesas. Por fim, encontra-se em desenvolvimento um catálogo/guia online da música indie portuguesa, destacando a diversidade sonora e estética dos selos do gênero no país. Esse projeto visa evidenciar as influências dessas iniciativas em cada região, revelando a sinergia entre os protagonistas e suas relações com comunidades/cenas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, P. (2010). *A música entre a arte, a indústria e o mercado. Um estudo sobre a indústria fonográfica em Portugal* Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. [https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13832/1/Tese Abreu 201002.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13832/1/Tese%20Abreu%20201002.pdf)
- Abreu, P. (2015a). A propósito do campo da música gravada: contributos para uma discussão teórica acerca dos campos culturais industriais. *More than loud: Os mundos dentro de cada som*, 67–80.
- Abreu, P. (2015b). Cidades, cenas musicais e paisagens urbanas: itinerários bibliográficos. *CES Contexto - Paisagens Socioculturais Contemporâneas*, 43–47.
- Adorno, T. W. (2011). *Introdução à sociologia da música Doze preleções teóricas*. São Paulo: Ed. UNESP.
- Affreixo, R. (2019). Aumentem o volume! Boîtes, pubs, bares, discotecas, clubes, festas e todas as celebrações. In G. Blanc & P. Vinhas (Orgs.), *Musonautas visões & avarias: 1960-2010 5 décadas de inquietação musical no porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Albornoz, L. A., & Gallego, J. I. (2011). Setor da música ... independente? Apontamentos sobre a trama empresarial espanhola. In Herschmann, M (Org.), *Nas bordas e/ou fora do mainstream. Novas tendências da Indústria da Música Independente no início do século XXI*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 87–104
- Amaro, H., Reis, N., & Oliveira, L. (2017). *Cento e Onze Discos Portugueses. A Música na Rádio Pública*. Lisboa: Edições Afrontamento.
- Andrade R. (2023). *Ar de rock: o boom do rock em Portugal na primeira metade da década de 80*. Lisboa: Imprensa de História Contemporânea.
- Antunes, M. L. (2022). Algumas notas sobre práticas, política e programação culturais. In J. M. Pais, P. C. Magalhães, & M. L. Antunes (Orgs.), *Práticas culturais dos portugueses*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Appadurai, A. (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press.
- Araújo, A. (2016). *Da direita à esquerda Cultura e sociedade em Portugal, dos anos 80 à actualidade*. Lisboa: Safaa Dib.
- Arditi, D. (2014). Downloading is killing music: The recording industry's piracy panic narrative. *Civilisations*, 1(63), 13–32.
- Arditi, D. (2015). *iTake-Over: The Recording Industry in the Digital Era*. London: Rowman & Littlefield.
- Arditi, D. (2019). Music Everywhere: Setting a Digital Music Trap. *Critical Sociology*, 4–5(45), 617–630. <https://doi.org/10.1177/0896920517729192>
- Arditi, D. (2021). *Streaming Culture. Subscription Platforms and the Unending Consumption of Culture* (1ª). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/9781839827686>.
- Aries, P. & Chartier, R. (orgs.) (2006). *História da Vida Privada - vol. 3 - da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo. Editora Schwarcz.
- Aston, M. (2013). *Facing the Other Way: The Story of 4AD*. London: The Friday Project.
- Azerrad, M. (2001). *Our Band Could Be Your Life: scenes from the American indieunderground 1981-1991*. New York. BackBay Books.
- Barracco, F. (2014). *The Indie Revolution Past, present and future prospects of independent recording companies*. Disponível em: [https://www.academia.edu/6721121/The\\_Indie\\_Revolution\\_-\\_Past\\_present\\_and\\_future\\_prospects\\_of\\_independent\\_recording\\_com](https://www.academia.edu/6721121/The_Indie_Revolution_-_Past_present_and_future_prospects_of_independent_recording_com)
- Barthes, R (1990) A retórica da imagem. In: Barthes, R. *O óbvio e o obtuso*. p. 27-43. Rio de Janeiro: Nova Fronteira

- Bartleet, B. L., Bennett, D., Bridgstock, R., Harrison, S., Draper, P., Tomlinson, V., & Ballico, C. (2020). *Making Music Work: Sustainable Portfolio Careers for Australian Musicians. Australia Research Council Linkage Report*. (Q. C. R. Centre (Org.)). Griffith University.
- Baumgarten, M. (2012). *Love Rock Revolution: K Records and the Rise of Independent Music*. Sasquatch Books.
- Becker, H. (1982). *Art worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Becker, H. (2007). *Telling about Society*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bevidas, W., & Farias, I. R. (2006). A formação do leitor: considerações sobre a noção de gosto. *Revista Intercâmbio LAEL/PUC-SP*, *XV*. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/intercambio/article/view/3697>
- Benjamin, W. (1987). *Obras escolhidas. Mágica e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Volume 1 (3ª)*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- Benjamin, W. (1992). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In Walter B., *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política* (pp. 71-110). Lisboa: Relógio D'Água.
- Bennett, A. (2005). *Culture and Everyday Life*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446219256>
- Bennett, A. (2011). The post-subcultural turn: some reflections 10 years on. *Journal of Youth Studies*, *14*(5), 493–506.
- Bennett, A. (2018). Conceptualising the Relationship Between Youth, Music and DIY Careers: A Critical Overview. *Cultural Sociology*, *12*(2), 140–155. <https://doi.org/10.1177/1749975517750760>
- Bennett, A., & Guerra, P. (2021). Repensar a cultura DIY num contexto pós-industrial e global. *Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura*, *4*(2), 13–27. <https://doi.org/10.21747/21843805/tav4n2a1>
- Bennett, A., & Peterson, R. A. (2004). *Music Scenes: Local, Translocal, and Virtual*. Vanderbilt Nashville: University Press.
- Bennett, A., Taylor, J., & Woodward, I. (2014). *The festivalization of culture*. Farnham: Ashgate.
- Borges, V. (2022). Ecletismo ou distinção? Cinema, espetáculos ao vivo, festivais e festas locais. In Pais, J.M.; Magalhães, P. C.; & Antunes, M. L. (Orgs.), *Práticas Culturais dos Portugueses*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: essays on art and literature*. Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Editorial Presença.
- Bourdieu, P. (2006). *A Distinção. A crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp.
- Bowsher, A. (2015). Legitimising Strategies in the Field of Independent Cultural Production: the Case of Reissue Record Labels in the USA. *International Review of Social Research*, *5*(2), 102–112. <https://doi.org/10.1515/irsr-2015-0009>
- Brake, M. (1980). *The sociology of youth culture and youth subcultures: sex and drugs and rock "n" roll*. London: Routledge.
- Branco, P. de F. (2019). *Sobreviventes O rock em Portugal na era do vinil*. Lisboa: Marcador.
- Burnett, R. (1996). *The Global Jukebox: the International Music Industry*. London: Routledge.
- Butt, G., Eshun, K., & Fisher, M. (2016). *Post-Punk Then and Now*. London: Repeater Books.
- Byrne, D. (2014). *Como Funciona A Música*. Barueri: Amarilys.
- Canibal, A. L. (2016). *Revista de imprensa: Os Mão Morta na narrativa mediática : 1985-2015*. Lisboa: Abysmo.
- Cano, José O. (2023) *Indie : La Construcción De Un No-Género Musical*. Primera edición. Córdoba: Mascarón de Proa.
- Cardoso, M. E. (1982). *Escritura Pop: um quarto da quarta década do Rock 1980-1982*. Lisboa: Querco.

- Castelo Branco, S. (Org.) (2010). *Enciclopédia da música em Portugal no século XX* (S. Castelo-Branco (Org.)). Lisboa: Círculo de Leitores.
- Castels, M. (1997). *O Poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cavanagh, D. (2000). *Creation Records Story - My magpie Eyes are Hungry for the Prize*. London: Virgin Books.
- Cavanagh D. (2016). *Good Night and Good Riddance: How Thirty-five Years of John Peel Helped to Shape Modern Life*. London: Faber & Faber.
- Choi, H. (2009). *The New Wave of Independent Labels*. Liverpool: University of Liverpool.
- Cohen, Sara. (1991). *Rock Culture in Liverpool: Popular Music in the Making*. New York: Oxford University Press.
- Cohen, S. (2012a). Bubbles, tracks, borders and lines: Mapping music and urban landscape. *Journal of the Royal Musical Association*, 137(1), 135–170. Disponível em: <http://proxy.uchicago.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=rih&AN=2012-02692&site=ehost-live&scope=site>
- Cohen, S. (2012b). *Live music and urban landscape : mapping the beat in Liverpool*. 22(5), 587–604.
- Cohen, S. (1995). Localizing Sound. In Straw, W. (Org.), 61-7. *Popular Music - Style and Identity*. Centre for Research on Canadian Cultural Industries and Institutions.
- Connor, S. (1989). *Postmodern Culture: An Introduction to Theories of the Contemporary*. Blackwell.
- Cook, J., McCaughan, M., & Ballance, L. (2009). *Our Noise: The Story of Merge Records the Indie Label That Got Big and Stayed Small*. Algonquin Books.
- Costa, A. F. da. (2008). *Sociedade de Bairro. Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural* (2ª Edição). Lisboa: Celta Editora.
- Costa, P. O., Tornero, J. M. P., & Tropea, F. (2000). *Tribus urbanas; el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Covas, A. C. (2008). *A crise na Indústria Fonográfica Portuguesa: exploração de causas e soluções*. Aveiro: Universidade de Aveiro. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10773/3254>. Tese de doutoramento
- Crane, D. (1992). *The production of culture: Media and the urban arts*. California: SAGE Publications Ltd.
- Crooke, A. (2008). *The Spirit of Independence - The Ethos of Independent Music Production*. La Trobe University. Trabalho de conclusão de curso.
- Crossley, N. (2008). Pretty Connected : The Social Network of the Early UK Punk Movement. *Theory, Culture & Society*, 25(6), 89–116. <https://doi.org/10.1177/0263276408095546>
- Crossley, N. (2009). The man whose web expanded: Network dynamics in Manchester's post/punk music scene 1976-1980. *Poetics*. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2008.10.002>
- Crossley, N. (2015). *Networks of sound, style and subversion. The punk and post-punk worlds of Manchester, London, Liverpool and Sheffield, 1975-80*. Manchester: Manchester University Press.
- Crossley, N., & Bottero, W. (2015). Social Spaces of Music: Introduction. *Cultural Sociology*, 9(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/1749975514546236>
- Cummins, J. (2008). *How is Australian 'Indie' Music shaped by transnational forces?* Disponível em: [https://www.academia.edu/28294127/How\\_is\\_Australian\\_Indie\\_Music\\_Shaped\\_by\\_Transnational\\_Forces\\_Indie\\_Music\\_Taste\\_and\\_Authenticity\\_In\\_a\\_Globalised\\_World](https://www.academia.edu/28294127/How_is_Australian_Indie_Music_Shaped_by_Transnational_Forces_Indie_Music_Taste_and_Authenticity_In_a_Globalised_World)
- Curien, N. and Moreau, F. (2005) *The Music Industry in the Digital Era: Towards New Business Frontiers?* Working Paper. (9th February). <http://www.cnameconometrie.com/upload/CurienMoreau04-07-05.pdf>
- Dale, P. (2009). It was easy, it was cheap, so what?: Reconsidering the DIY principle of punk and indie music. *Popular Music History*, 3(2), 171–193. <https://doi.org/10.1558/pomh.v3i2.171>

- Baade, Christina & Davies, K. (2006). *Indie Rock Subculture : Hamilton as Microcosm*. Disponível em: <https://canadaresearch.mcmaster.ca/handle/11375/12109>
- De Marchi, L. (2008). A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. *E-Compós*, 2, 2002–2004. <https://doi.org/10.30962/ec.v2i0.29>
- De Nora, T. (2003). *After Adorno: rethinking music sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Denisoff, S. (1990) [1986], *Tarnished Gold. The Record Industry Revisited*. New Brunswick and Oxford: Transaction Books.
- do Ó, J. R., & Valleria, T. (2020). A oficina do fragmento: Método e processo historiográfico em Walter Benjamin. *História da Historiografia: International Journal of Theory and History of Historiography*, 13(32), 331–366. <https://doi.org/10.15848/hh.v13i32.1570>
- Docker, J. (1997). *Postmodernism and popular culture: a cultural history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Drijver, R. den, Hitters, E., den Drijver, R., & Hitters, E. (2017). The Business of DIY. Characteristics, motives and ideologies of micro-independent record labels. *Cadernos de arte e antropologia*, Vol. 6, No 1, 17–35. <https://doi.org/10.4000/cadernosaa.1192>
- Duarte, J. M. A. (2011). *Memórias do Rock Português*. Leiria: Edição de autor.
- Dunn, K. C. (2008). Never Mind the Bollocks: The Punk Rock Politics of Global Communication. *Review of International Studies*, 34, 193-210.
- Durand, G. (2004). *O Imaginário. Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. (3a edição). Rio de Janeiro: DIFEL.
- Earles, A. (2014). *Gimme indie rock: 500 essential American underground rock albums 1981-1996*. Voyageur Press.
- Eco, U. (1978). *O Signo*. Queluz de Baixo: Editorial Presença.
- Eiriz, V., & Leite, F. (2017). The digital distribution of music and its impact on the business models of independent musicians. *The Service Industries Journal*, 37(13–14), 875–895. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1361935>
- Emms, R., & Crossley, N. (2018). Translocality, Network Structure, and Music Worlds: Underground Metal in the United Kingdom. *Canadian Review of Sociology*, 55(1), 111–135. <https://doi.org/10.1111/cars.12181>
- Ernst, S. R. (2012). *An Indie Hype Cycle Built For Two: A case study of the Pitchfork album reviews of Arcade Fire and Clap Your Hands Say Yeah*. Colorado State University. Tese de Doutorado. Disponível em: <https://mountainscholar.org/handle/10217/65334>
- Felipe, E. S., & Martins, E. C. S. (2017). *Inovação E Destruição Criadora E Os Desafios Atuais E Institucionais Da Indústria Musical*. 802–822. <https://doi.org/10.5151/engpro-1enei-045>
- Filho, J. L. C. C. (2004). Afeto na análise dos grupamentos musicais. *ECO-PÓS*, 7(2), 111–119.
- Finch, M. (2015). Toronto is the Best!": Cultural Scenes, Independent Music, and Competing Urban Visions. *Popular Music and Society*, 38(3), 299–317. <https://doi.org/10.1080/03007766.2014.927284>
- Fouce, H., & Val, F. del. (2012). *La Movida Popular Music as the Discourse of Modernity in Democratic Spain. Made in Spain: Studies in Popular Music*. Eds. Silvia Martínez and Héctor Fouce. New York: Routledge, 2013. 125-34. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/books/9780415828734>
- Freixo, L. (2019). 1980-1989: Da Inquietação Musical à Aclamação de uma Década Única. In Blanc, G & Vinhas, P (Orgs.), *Musonautas visões & avarias : 1960-2010 5 décadas de inquietação musical no porto*. Câmara Municipal do Porto.
- Frith, S. (1993). *Music and Copyright* (Org.). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Frith, S. (1996). *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Oxford: Oxford University Press.
- Frith, S. (1999). Music and Identity. In Hall, S & Du Gay, P (Orgs.), *Questions of Cultural Identity* (p.

- 108–127). SAGE Publications Ltd.
- Frith, S. (2002). Globalização e fluxo cultural/ o caso da música rock anglo-estadunidense. *Fórum Sociológico*, 7, 127–143.
- Frith, S., Straw, W., & Street, J. (Orgs.). (2011). *The cambridge companion to pop and rock*. Cambridge University Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CCOL9780521553698>.
- Gallego Pérez, J. I. (2011). Novas formas de prescrição musical. In Herschmann, M (Org.), *Nas bordas e/ou fora do mainstream. Novas tendências da Indústria da Música Independente no início do século XXI* (p. 47–60). São Paulo: Estação das Letras e das Cores.
- Galuszka, P. (2012). The rise of the nonprofit popular music sector – the case of netlabels. *Music, Business and Law. Essays on contemporary trends in the music industry*, 65–90. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2194086>.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of the Self in Everyday Life*. New York: Penguin.
- Gomes, R. T. (2013). *Fazer música Underground: estetização do quotidiano, circuitos juvenis e ritual* Lisboa: ISCTE-IUL, 2013. Tese de doutoramento. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/6058>
- Gonzaga M. (2018). *António Variações: Entre Braga e Nova Iorque*. Lisboa: Bertrand Editora.
- Gracon, D. (2010). *Exiled Records and Over-the-Counterculture: A Cultural Political Economic Analysis of the Independent Record Store*. 21. 76. University of Oregon.
- Gray, H. (1988). *Producing Jazz: The Experience of an Independent Record Company* Temple University Press.
- Grossberg, Laurence (1997) *Dancing in Spite of Myself: essays on popular culture*. London: Durham
- Guerra, P., & Quintela, P. (2019). A Arte Portuguesa de Ser Marginal. Punk, pós-punk e cultura alternativa do Porto cerca 1980-1990. In Blanc, G & Vinhas, P. (Orgs.), *Musonautas visões & avarias: 1960-2010 5 décadas de inquietação musical no porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Guerra, P. (2010). *A instável leveza do rock. Gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*. Tese de Doutoramento Disponível em: <http://repositorioaberto.up.pt/handle/10216/56304?mode=full>
- Guerra, P. (2011). Alta Fidelidade : um roteiro com paragens pelas lojas de discos independentes em Portugal na última década (1998-2010). *Revista da Faculdade de Letras : Sociologia*, 21(1), 23–48.
- Guerra, P. (2014a). Punk, ação e contradição em Portugal. Uma aproximação às culturas juvenis contemporâneas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. <https://doi.org/10.4000/rccs.5486>
- Guerra, P. (2014) - Punk, expectations, breaches, and metamorphoses: Portugal, 1977-2012. *Critical Arts*. 28(1). ISSN 1992-6049.
- Guerra, P. (2015a). Absolute beginning: ensaio sobre a emergência do rock'n'roll. *Música Popular em Revista*, 2, 145–163.
- Guerra, P. (2015b). Keep it rocking : The social space of Portuguese. *Journal of Sociology*, 52(4), 615–630. <https://doi.org/10.1177/1440783315569557>
- Guerra, P. (2015c). Sonhos Pop: Criação, aura e carisma na música moderna portuguesa. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.18, n.1, jan./abr. 2015., v.18,(n.1)*.
- Guerra, P. (2016). “From the night and the light, all festivals are golden”: The festivalization of culture in the late modernity”, in Guerra, P. and Costa, P. (eds.), *Redefining art worlds in the late modernity*. Porto: University of Porto.
- Guerra, P. (2017a). 'Just can't go to sleep': DIY cultures and alternative economies from the perspective of social theory. *Portuguese Journal of Social Science*, 16(3), 283–303.

- [https://doi.org/10.1386/pjss.16.3.283\\_1](https://doi.org/10.1386/pjss.16.3.283_1)
- Guerra, P. (2017b). A canção ainda é uma arma: ensaio sobre as identidades na sociedade portuguesa em tempos de crise. In de Assis Souza Nascimento, F., Silva, J. C. & Ferreira da Silva, R. (Orgs.), *História e Arte: Teatro, cinema, literatura*. p.332, EDUFPI.
- Guerra, P. (2017c). António e as Variações identitárias da cultura portuguesa contemporânea. *Ciências Sociais Unisinos*, 53(3), 508–520. <https://doi.org/10.4013/csu.2017.53.3.11>
- Guerra, P. (2018). Raw Power: Punk, DIY and Underground Cultures as Spaces of Resistance in Contemporary Portugal. *Cultural Sociology*, 12(2), 241–259. <https://doi.org/10.1177/1749975518770353>
- Guerra, P. (2019a). Angels with dirty faces: punk, moda e iconoclastias contemporâneas. *Revista Da Associação Brasileira De Estudos De Pesquisas Em Moda*, 12(26), 123–149.
- Guerra, P. (2019b). *Nothing is forever: um ensaio sobre as artes urbanas de Miguel Januário*. 102, 19–49. <https://doi.org/10.1590/s0104-71832019000300002>
- Guerra, P. (2019c). *Rádio Caos: resistência e experimentação cultural nos anos 1980*. 54(2), 284–309.
- Guerra, P. (2020a). Iberian punk cultural metamorphoses and artistic differences in the post-salazar and post-franco eras. *The oxford handbook of punk rock*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190859565.013.14>
- Guerra, P. (2020b). Other scenes other cities and other sounds in the global south: diy music scenes beyond the creative city. *Journal of Cultural Management and Cultural Policy / Zeitschrift Für Kulturmanagement Und Kulturpolitik*, 55–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.14361/zkmm-2020-0104>
- Guerra, P. (2021a). Outras estradas para andar com the Legendary Tigerman: Conversa com Paulo Furtado em abril de 2021. *CIDADES, Comunidades e Territórios*, 198–207. <https://doi.org/10.15847/cct.25496>
- Guerra, P. (2021b). So close yet so far: DIY cultures in Portugal and Brazil. *Cultural Trends*, 30(2), 122–138. <https://doi.org/10.1080/09548963.2021.1877085>
- Guerra, P. (2021c). Uma Lisboa só dele(s). Processos artivistas de recriação de paisagens sonoras contemporâneas. *PerCursos*, 22(50), 015–042. <https://doi.org/10.5965/1984724622502021015>
- Guerra, P. (2022). House of golden records: portugal's independent record stores (1998–2020). *Societies* 188–188. <https://doi.org/10.3390/soc12060188>
- Guerra, P., & Bennett, A. (2015). Never Mind the Pistols? the Legacy and Authenticity of the Sex Pistols in Portugal. *Popular Music and Society*, 38(4), 500–521. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1041748>
- Guerra, P., Bittencourt, L., Janotti Júnior, J., Gelain, G., & Lima, J. C. (2017). A Música em Carne Viva : Dinâmicas Recentes de Festivalização da Cultura Contemporânea. In *Anais 40.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade Positivo (UP), Curitiba, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. ISSN 2175-4683*
- Guerra, P., Moreira, T., & Silva, A. S. (2016). *Estigma, experimentação e risco: A questão do álcool e das drogas na cena punk*. 1–30.
- Guerra, P. & Moura, L. A. (2016). Contributos para a emergência de uma juventude sónica: A constituição da cena noise das Caldas da Rainha. *CIDADES, Comunidades e Territórios*, 32, 158–179.
- Guerra, P. & Quintela, P., & Guerra, P. (2016). *CULTURAS DE RESISTÊNCIA É MÉDIA ALTERNATIVOS. Os fanzines punk portugueses. June 2017*, 69–94. <https://doi.org/10.7458/SPP2016806009>
- Guerra, P. & Ripollés, F. D. V. (2021). Post Dictatorships, Cosmopolitanism, Punk, and Post-punk in Portugal and Spain from 1974 to 1984. *Popular Music and Society*, 44(5), 610–627.

- <https://doi.org/10.1080/03007766.2021.1948755>
- Guerra, P. & Silva, A. S. (2015). *Music and more than music: The approach to difference and identity in the Portuguese punk*. *European Journal of Cultural Studies* 207–223. <https://doi.org/10.1177/1367549414563294>
- Guglielmino, E. (2014). *A Qualitative Study of Small-Scale Artist Run “Indie” Music Businesses in Brisbane*. Queensland University of Technology.
- Haenfler, R. (2010). *Goths, Gamers and Grrrls: Deviance and Youth Subcultures*. Oxford: Oxford University Press.
- Haenfler, R. (2018). The Entrepreneurial (Straight) Edge: How Participation in DIY Music Cultures Translates to Work and Careers. *Cultural Sociology*, 12(2), 174–192. <https://doi.org/10.1177/1749975517700774>
- Hall, Stuart. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Orgs.), *Culture, Media, Language* (p. 128–138). Hutchinson,.
- Hall, Stuart. (1988). *The Hard Road to Renewal: Thatcherism and the Crisis of the Left*. New York: Verso Books.
- Hall, Stuart. (1992). *A Identidade Cultural na Pos-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A.
- Harmon, J., & Scott, D. (2017). The extended leisure experiences of music scene participation. *Leisure/Loisir*, 41(4), 585–605. <https://doi.org/10.1080/14927713.2017.1399818>
- Harrison, A. K. (2008). Racial Authenticity in Rap Music and Hip Hop. *Sociology Compass*, 2(6), 1783–1800.
- Haslam, D. (1999). *Manchester, England. The story of the pop cult city*. London: Fourth State.
- Hawkes, T. (1977) *Struturalism and Semiotics*. London: Methuen
- Hebdige, D. (2018). *Subcultura. O significado do estilo*. Trad. Paula Guerra e Pedro Quintela. Lisboa: Maldoror.
- Hennion, A. (2011). Pragmatica do Gosto. *Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*, 8, 253–277.
- Henriques, I. S. V. (2018). *Se isto não é música, então faz tu uma canção: O fenómeno das “editoras-colectivo” e a herança do punk na música da “Geração à Rasca”*. Dissertação de Mestrado. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Hesmondhalgh, D. (1996). *Independent record companies and democratisation in the popular music industry*. Goldsmiths College, University of London.
- Hesmondhalgh, D. (1998). Post-Punk’s attempt to democratise the music industry - the success and failure of Rough Trade. *Popular Music*, 16, 255–274. <https://doi.org/10.1017/S0261143000008400>
- Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34–61. <https://doi.org/10.1080/095023899335365>
- Hesmondhalgh, D. (2005). Subcultures, scenes or tribes? None of the above. *Journal of Youth Studies*, 8(1), 21–40. <https://doi.org/10.1080/13676260500063652>
- Hesmondhalgh, D., Jones, E., & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms. *Social Media and Society*, 5(4), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305119883429>
- Hesmondhalgh, D., & Meier, L. M. (2015). *Popular music, independence and the concept of the alternative in contemporary capitalism*. 1–18.
- Hesmondhalgh, D., & Meier, L. M. (2018). What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector. *Information Communication and Society*, 21(11), 1555–1570. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1340498>
- Hibbett, R. (2005). What is indie rock? *Popular Music and Society*, 28(1), 55–77. <https://doi.org/10.1080/0300776042000300972>
- Higgs, J. (2013). *The KLF: chaos magic and the band who burned a million pounds*. London: Phoenix.

- Hobsbawm, E. J. (1994). *Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Hodkinson, P. (2016). Youth cultures and the rest of life: subcultures, post-subcultures and beyond. *Journal of Youth Studies*, 19(5). <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1098778>
- Houghton, M. (2019). *Fried & Justified*. London: Farber & Farber.
- Howells, T. (2013). *Late century dream: Movements in the US indie music underground*. London: Black Dog Publishing.
- Hudson, R. (2006). Regions and place: music, identity and place. *Progress in Human Geography*, 30(5), 626–634. <https://doi.org/10.1177/0309132506070177>
- Hunter, D., Lobato, R., Richardson, M., Thomas, J. eds. (2013) *Amateur Media: Social, Cultural and Legal Perspectives*. New York: Routledge.
- Hyden, S. (2020). *This Isn't Happening. Radiohead's Kid A and the Beginning of the 21st Century*. New York: Hachette Books.
- Inskip, C., MacFarlane, A., & Rafferty, P. (2008). Meaning, communication, music: Towards a revised communication model. In *Journal of Documentation* (Vol. 64, Número 5, p. 687–706). <https://doi.org/10.1108/00220410810899718>
- Janotti Júnior, J. (2001). Afeto, Autenticidade e Socialidade: X Encontro Anual da Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2001, Brasília. *Compós*, 10, 11–26.
- Janotti Júnior, J. (2004). Gêneros Musicais, performance, afeto e ritmo: uma proposta de análise midiática da música popular massiva. *Revista de Comunicação e Cultura*, 2(2), 189–204. <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3418>
- Janotti Júnior, J., & Pires, V. D. A. N. (2018). Limites das Cidades Musicais: problematizando cidade, território e música. In Fernandes S. C. & Herschmann, M. (Orgs.), *Cidades musicais: Comunicação, territorialidade e política* (p. 141–162). Editora Sulina.
- Jansson, J., & Hrac, B. J. (2018). Conceptualizing curation in the age of abundance: The case of recorded music. *Environment and Planning A*, 50(8), 1602–1625. <https://doi.org/10.1177/0308518X18777497>
- Jarnow, J. (2012). *Big Day Coming: Yo La Tengo And The Rise of Indie Rock*. London: Gotham Books.
- Jian, M. (2018). The survival struggle and resistant politics of a DIY music career in East Asia: Case studies of China and Taiwan. *Cultural Sociology*, 12(2), 224–240. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1749975518756535>
- King, R. (2012b). *How Soon is Now - The madmen and mavericks who made independent music 1975-2005*. London: Farber & Farber.
- Krueger, A. B. (2019). *Rockonomics. O que a indústria da música nos pode dizer ensinar sobre a economia e sobre a vida*. Lisboa. Temas e Debates.
- Kruse, H. (1993). Subcultural Identity in Alternative Music Culture. *Popular Music*, 12(1), 31–43.
- Kruse, H. (2010). Local identity and independent music scenes, online and off. *Popular Music and Society*, 33(5), 625–639. <https://doi.org/10.1080/03007760903302145>
- Leadbeater, C., & Oakley, K. (Orgs.). (1999). *The Independents: Britain's New Cultural Entrepreneurs*. London: Demos.
- Lee, S. (1995). Re-examining the concept of the “independent” record company: The case of Wax Trax! records. *Popular music*, 14(1), 13–31.
- LeGates, R. T., & Stout, F. (2011). *The city reader*. London: Routledge.
- Levitin, D. J. (2010). *A música no seu cérebro: A ciência de uma obsessão humana*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Losa, L. (2013). *Machinas Fallantes. A Música Gravada em Portugal no Início do Século XX*. Lisboa: Tinta da China.
- Luís Garcia, J., Teixeira Lopes, J., Duarte Martinho, T., Soares Neves, J., Telmo Gomes, R., & Borges,

- V. (2016). Mapping cultural policy in Portugal: From incentives to crisis. *International Journal of Cultural Policy*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1248950>
- Pais, J. M., Magalhães, P., & Antunes, M. L. (2022). *Práticas culturais dos portugueses*. In Pais, J.M., Magalhães, C & Antunes, M. L. (orgs.). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Maffesoli, M. (1998). *O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Maffesoli, M. (2014). *Homo Eroticus: comunhões emocionais*. Rio de Janeiro: Forense.
- Marcus, G. (1989). *Lipstick traces: A secret history of the twentieth century*. London: Farber & Farber.
- Marcus, G. (2000). *Mystery train: images of America in rock'n'roll music*. London: Faber & Faber.
- Marcus, G. (2006). *A Última Transmissão*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.
- Martinho, M. T. D. (2011). *Mediação cultural - Alguns dos seus agentes* [ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa]. [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/3514/4/MTDM\\_TeseDR\\_10Maio2011.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/3514/4/MTDM_TeseDR_10Maio2011.pdf)
- Martins, A. & Guerra, P. (2018). O Rock chegou à cidade. As transformações na noite Lisboa da década de 80. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, XI(22). <http://convergencias.ipcb.pt>
- Martins, M. L. (2002). *A linguagem, a verdade e o poder. Ensaio de Semiótica social*. Lisboa, Fundação Gulbenkian & Fundação para a Ciência e a Tecnologia. <https://hdl.handle.net/1822/48230>
- Martins, M. L. (2004a). Da utopia da comunicação à comunicação sem utopia. Metamorfoses no sistema e nas relações de comunicação nos últimos trinta anos em Portugal (pp. 1-12). Comunicação ao V Congresso da Associação Portuguesa de Sociologia. Braga, CECS, Universidade do Minho. <http://hdl.handle.net/1822/1082>
- Martins, M. L. (2004b). *Semiótica*. Universidade do Minho, CECS. <https://hdl.handle.net/1822/996>
- Martins, M. L. (2011a). *Crise no Castelo da Cultura. Das Estrelas para os Ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor. <http://hdl.handle.net/1822/29167>
- Martins, M. L. (2011b). Média e melancolia: O trágico, o grotesco e o barroco. In M. Acciaiuoli & M. A. Babo (Eds.), *Arte e melancolia* (pp. 53–65). Centro de Estudos de Comunicação e Linguagem. Instituto de História de Arte/Estudos de Arte Contemporânea. <https://hdl.handle.net/1822/25369>
- Martins, M. L. (2014). Língua Portuguesa, globalização e lusofonia. In Bastos, N. (org.). *Língua Portuguesa e Lusofonia* (pp. 15-33). São Paulo: EDUC – IP/PUC. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29178>
- Martins, M. L. (2015). Os Estudos Culturais como novas Humanidades. *Revista Lusófona de Estudos Culturais / Lusophone Journal of Cultural Studies*. Vol. 3 (1), pp. 341-361. <http://hdl.handle.net/1822/40655>
- Martins, M. L. (2021). Para uma nova teoria dos média, do espaço público e a da opinião pública. In *Pensar Portugal – A Modernidade de um País Antigo* (pp. 181-201) Editora da Universidade do Minho. DOI: <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.61>
- Martins, P. E. A. (2013). *A garagem onde nasci: A cena musical rock de Coimbra nos anos 90* [Universidade de Coimbra]. [https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/24738/23/A\\_garagem\\_oude\\_nasci.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/24738/23/A_garagem_oude_nasci.pdf)
- Marx, Karl (1988) *O Capital: crítica da economia política*. Tradução de Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Abril Cultural.
- Masters, Marc (2023) *High Bias. The Distorted History of the Cassette Tape*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Matos, J. M. da S. C. (2013). *Declaração de Independência: Um retrato das editoras de música independentes em Portugal*. Porto: Universidade do Porto.
- McKay, G. (1998). *DiY culture: Party and protest in nineties Britain*. London: Verso.

- McKay, G. & Moser, P. (2005). *Community Music: A Handbook*. Lyme Regis: Russell House Publishing.
- McLuhan, M., Fiore, Q. & Agel, Q. (1967). *The medium is the message*. London: Penguin.
- Menger, P. (2005). *Retrato do artista enquanto trabalhador: metamorfoses do capitalismo*. Lisboa: Roma Editora.
- Menn, J. (2003). *All the Rave: The Rise and Fall of Shawn Fanning's Napster*. New York: Crown Business.
- Middles, M. (2009). *Factory - The Story of the Record Label*. London: Virgin Books.
- Miguel, P. (2018). *Uma Cena Ao Centro*. Leiria: Ed. de Autor
- Millard, A. J. (1995) *America on Record: A History of Recorded Sound*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Milner, G. (2009). *Perfecting Sound Forever: The Story of Recorded Music*. London: Granta Books.
- Monteiro, T. (2013). *Tudo Isto é Pop. Portugalidades Musicais Contemporâneas entre a Tradição e a Modernidade*. Rio de Janeiro: Editora Caetés.
- Moreira, T. (2019). A Arte Elétrica de Ser Português. In Guerra, P & Dabul, L. (eds.) *De Vidas Artes*, 443–458. <http://dx.doi.org/10.21747/9789898969187/deva26>
- Morris, J. W. (2020). Music Platforms and the Optimization of Culture. *Social Media + Society*, 6(3).
- Mouillot, F. (2018). Constellation Records: punk, pós-rock e música experimental na angloboemia de Montreal. In Fernandes, C. S. & Herschmann, M (Orgs.), *Cidades Musicais: Comunicação, Territorialidade e Política* (p. 341–363). Sulina.
- Moura, L. A. (2017). Um jardim Punk O bairro de Alvalade : de símbolo do Estado Novo a ícone do Punk Rock português. *Todas As Artes: Revista Luso-Brasileira De Artes e Cultura* 81–97. <https://doi.org/10.21747/21843805/ta2n2a6>
- Moura, L. A. (2021a). (Anti)Tédio Boys O papel das gravadoras indie na cartografia musical portuguesa. Os casos de Coimbra, Porto, Guimarães e Leiria. *CSONline. Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, 33, 137–170. <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2021.34174>
- Moura, L. A. (2021b). À Margem da Capital. A Gravadora Indie Hey, Pachuco! Como Revitalizadora Cultural e Social do Barreiro. *Revista Iluminuras - Publicação Eletrônica do Banco de Imagens e Efeitos Visuais - BIEV/LAS/PPGAS/IFCH/UFRGS*, 22(58), 52–77. <https://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/view/120979/pdf>
- Moura, L. A. (2021c). Release-it-Yourself A genealogy of Portuguese indie labels (1982-2017). In *The Road to Independance. The Independent Record Industry in Transition* (p. 99–128). Toulouse: Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole.
- Moura, L. A. (2022). From Outer Space. O Processo de Descentralização da Música Indie Portuguesa (1991-2000). *Práticas Comunicativas, Organizações e Educação*, 45–65. [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/3422](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/3422)
- Moura, L. A., Rabot, J. M., & Martins, M. de L. (2020). Uma Genealogia das Gravadoras Indie em Portugal (1982 – 2017). In Z. Pinto-Coelho; T. Ruão & S. Marinho (Eds.). *Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais*, 118–143.
- Murphy, G. (2015). *Cowboys and indies. The epic history of the record industry*. London: The Serpent Tail.
- Nakano, D. (2010). A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. *Gestao e Producao*, 17(3), 627–638. <https://doi.org/10.1590/s0104-530x2010000300015>
- Neale, S. (1980). *Genre*. London: British Film Institute.
- Negus, K. (2019). From creator to data: The post-record music industry and the digital conglomerates. *Media, Culture & Society*, 41(3), 367–384.
- Negus, Keith. (1992). *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London: Arnold.

- Neves, J. S. (1999). *Os Profissionais do Disco*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Nunes, P. (2018). Colectivismo , sinergias e valor artístico : o espaço das micro-editoras independentes em Portugal no século XXI. *El Oído Pensante*, 6(2), 27–48.
- Obici, G. (2008). *Condição da escuta: mídias e territórios sonoros*. Rio de Janeiro: 7 Letras.
- Ogg, A. (2009). *Independence Days: The Story Of UK Independent Record Labels*. London: Cherry Red Books.
- Oliveira, A. (2020). *Do It Together Again: redes, fluxos e espaços na construção de carreiras na cena independente portuguesa*. Iscte - Instituto Universitário de Lisboa. Tese de Doutoramento.
- Oliveira, A., Costa, P. & Guerra, P. (2015). Território(s) e territorialidade(s) das cenas musicais alternativas lisboetas: uma aproximação através de alguns lugares de referência. In Guerra, P. (Org.), *More than loud: os mundos dentro de cada som* (p. 187–202). Porto: Afrontamento.
- Oliveira, A., Guerra, P., & Costa, P. (2016). Reviving DIY: The importance of Do It Yourself to the Portuguese alternative rock scene. *What's Ahead in Service Research*, 789–806.
- Oliveira, J. (2014). *O Processo de Internacionalização da Música Portuguesa : contexto histórico , desafios atuais e futuro*. Instituto Politécnico do Porto. Dissertação de Mestrado.
- Oliver, P. G. (2010). *The DIY artist: issues of sustainability within local music scenes*. 48(9), 1422–1432. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Pais, J.M, & Blass, L. (Orgs.). (2004). *Tribos urbanas. Produção artística de identidades*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Pais, José Machado. (2022). Práticas culturais e clivagens sociais. In J. M. Pais, P. C. Magalhães, & M. L. Antunes (Orgs.), *Práticas Culturais dos Portugueses*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Passman, D. (2021). *All you need to know about the music business*. London: Penguin Books.
- Pereira, A. dos S. (2011). Decadentismo nacional e identidade portuguesa: de Adolfo Coelho a Eduardo Lourenço e outros. In J. R. Barata, André; Santos Pereira, António; Carvalheiro (Org.), *Representações da portugalidade* (p. 33–56). Alfragide: Caminho.
- Peterson, R., & Berger, D. (1975). Cycles in Symbol Production: the Case of Popular Music. *American Sociological Review*, 40(2), 158–173.
- Pinto, J. M. (1994). Uma reflexão sobre políticas culturais. *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*. Actas do Encontro de Vila do Conde da Associação Portuguesa de Sociologia. Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia.
- Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Prey, R., Esteve Del Valle, M., & Zwerwer, L. (2020). Platform pop: disentangling Spotify's intermediary role in the music industry. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1761859>
- Qu, S., Hesmondhalgh, D., & Xiao, J. (2021). Music streaming platforms and self-releasing musicians: the case of China. *Information Communication and Society*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1971280>
- Rabot, J.-M. (1991). Sociologia e Estética em «*Le temps des tribus*». *Comunicação e Linguagens*. 12/13, 143-155.
- Rabot, J.-M. (2007). L'image, vecteur de socialité. *Sociétés*. N° 95 (1), 19-31.
- Rabot, J.-M. (2009). Os comportamentos de risco nas sociedades pós-modernas. In M. M. Baptista, (ed.). *Cultura: metodologias e investigação*. Lisboa: Ver o Verso Edições Lda, pp. 219-248.
- Rabot, J.-M. (2017). Syncretisme et posmodernité. In R. Cabecinhas & L. Cunha. *Comunicação Intercultural. Perspectivas, dilemas e desafios*. V.N. Famalicão: Húmus. pp. 179-190.
- Rabot, J.-M. (2022). Os Coletes Amarelos: um imaginário da revolta na era digital. In R. Ribeiro; J. Costa; A. Matos (eds.). *Sociologia Indisciplinada*. Homenagem a Albertino Gonçalves. V. N. Famalicão: Húmus, pp. 209-234.

- Redhead, S. (1990). *The End-of-the-century Party: Youth and Pop Towards 2000*. Manchester: Manchester University Press
- Regev, M. (2013). *Pop-rock Music. Aesthetic cosmopolitanism in late modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Réquio, P. M. J. (2016). *Mudança Cultural e Política na Academia de Coimbra: O Caso da Via Latina (1958-1962)*. Universidade de Coimbra. Dissertação de Mestrado.
- Reynolds, S. (2005). *Rip It Up and Start Again*. London: Faber & Faber.
- Reynolds, S. (2006). *Beijar o Céu*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.
- Reynolds, S. (2009). *Totally Wired: postpunk interviews and overviews*. New York: Soft Skull Press.
- Robb, J. (2010). *The North Will Rise Again : Manchester Music City 1976-1996*. London: Aurum.
- Robb, John (2023) *The Art of Darkness. The History of Goth*. London: Louder Than Dar Books.
- Rossolatos, G. (2015). Servicing a heavy metal fandom posthumously: a sociosemiotic account of collective identity formation in Dio's memorial. *Social Semiotics*, 25(5), 633–655. <https://doi.org/10.1080/10350330.2015.1060667>
- Roszak, Theodore (1969) *The Making of a Counter Culture: Reflections on the Technocratic Society and its Youthful Opposition*. London: Faber and Faber.
- Ruland, Jim. (2022). *Corporate Rock Sucks : The Rise and Fall of SST Records*. First ed. New York: Hachette Books.
- Santaella, L. (1995). *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense.
- Sampaio, S. (2013). Portuguese cultural studies / Cultural studies in Portugal: some thoughts on the making and remaking of a field. Culture Unbound. *Journal of Current Cultural Research*, 5, 73-88. <http://www.cultureunbound.ep.liu.se/v5/a07/cu13v5a07.pdf>
- Santos, M. (2000). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record.
- Savage, J. (1991). *England's Dreaming Sex Pistols and Punk Rock*. London: Farber & Farber.
- Sax, D. (2017). *A Vingança dos Analógicos: por que os objetos de verdade ainda são importantes*. Anfiteatro.
- Schutz, A. (1976). Making Music Together. Studies in Social Theory. In A. Schutz & A. Brodersen (Orgs.), *Collected Papers II. Phaenomenologica* (p. 159–178). Springer Netherlands. [https://doi.org/10.1007/978-94-010-1340-6\\_8](https://doi.org/10.1007/978-94-010-1340-6_8)
- Scott, A. J. (1997). The Cultural Economy of Cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323–339.
- Shank, B. (1994). *Dissonant Identities: The Rock 'n' Roll Scene in Austin, Texas*. University Press of New England.
- Shapiro, S. (2022, setembro). The New Normal: Why More Countries Are Developing National Music Strategies. *Forbes*.
- Shepherd, R. (2016). *In love with these times - My life with Flying Nun records*. Auckland: Harper Collins
- Shuker, R. (1998). *Key Concepts in Popular Music* (2nd ed). New York: Routledge.
- Silva, A. S. (2018). Como abordar a identidade nacional portuguesa? *Todas As Artes: Revista Luso-Brasileira De Artes E Cultura*, 1(October), 9–20.
- Simões, R. (2008). *Difusão da música portuguesa em Portugal*. Lisboa: ISCTE.
- Sinker, D. (2009). *Não Devemos Nada A Você*. São Paulo: Edições Ideal.
- Southall, B. (2003). *The A-Z of record labels*. London: Sanctuary.
- Stahl, G. (2011). DIY or DIT Tales of Making Music in a Creative Capital. In G. K. and T. Mitchell (Org.), *Home, Land and Sea: Situating Music in Aotearoa New Zealand* (p. 145–160). Pearson.
- Stahl, G. (2014). *Poor, but sexy Reflections on Berlin scenes*. Bern: Peter Lang, 2014.
- Strachan, R. (2007). Micro-independent record labels in the UK: Discourse, DIY cultural production and

- the music industry. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 245–265. <https://doi.org/10.1177/1367549407075916>
- Straw, W. (1991). Systems of Articulation, Logics of Change: Communities and Scenes in Popular Music. *Cultural Studies*, 5(3), 368–388.
- Straw, W. (2013). Cenas Culturais e as Consequências Imprevistas das Políticas Públicas. In Sá, S. P. & Janotti Júnior, J. (Orgs.), *Comunicações e territorialidades: Cenas Musicais* (p. 167). São Paulo: Anadarco.
- Street, J. (1995). (Dis)located? Rhetoric, Politics, Meanings and the Locality. In Straw, W. (Org.), *Popular Music - Style and Identity*. Centre for Research on Canadian Cultural Industries and Institutions.
- Tarassi, S. M. (2011). *Independent to What? An Analysis of The Live Music Scene in Milan*. Milano: Università Cattolica del Sacro Cuore. Tese de Doutorado.
- Taylor, N. (2010). *Document and Eyewitness: An Intimate History of Rough Trade*. London: Orion Books.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Threadgold, S. (2018). Creativity, Precarity and Illusio: DIY Cultures and ‘Choosing Poverty’’. *Cultural Sociology*, 12(2), 156–173. <https://doi.org/10.1177/1749975517722475>
- True, E. (2006). *Nirvana - The True Story*. London: Omnibus Press.
- Ulusoy, E. (2016). Subcultural escapades via music consumption: Identity transformations and extraordinary experiences in Dionysian music subcultures. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.037>
- Vila, P. (2012). Práticas Musicais e Identificações Sociais. *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, 39, 247–277.
- Walzer, D. (2016). Independent Music Production: How Individuality, Technology, and Creative Entrepreneurship Influence Contemporary Music Industry Practices. *Creative Industries Journal*, 10(1), 21–39. <https://doi.org/10.1080/17510694.2016.1247626>
- Wacquant, L. (2005) Mapear o campo artístico. *Sociologia – Problemas e Práticas*, n. 48, p. 115-119.
- Weber, Max (1983). *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Lisboa: Editorial Presença.
- Witt, S. (2015). *Como a Música Ficou Grátis*. São Paulo: Intrinseca.
- Xavier De Oliveira, L. (2015). Cenas musicais, experiências identitárias e práticas de consumo: os bailes black no Rio de Janeiro. *IS Working Papers*, 3.ª Série, N.º 9.
- Yarm, M. (2011). *Everybody loves our town: A history of grunge*. London: Faber & Faber.
- Wintel - WIN. (2018). In Wintel Worldwide Independent Market Report 2018. <https://winformusic.org/wintel/>
- Xavier de Oliveira, L. (2015). *Cenas musicais, experiências identitárias e práticas de consumo: os bailes black no Rio de Janeiro*. IS Working Paper, 3.ª Série, N.º 9.

## ARTIGOS DE IMPRENSA, JORNAIS, REVISTAS, WEBSITES

- 2o Concurso de Música Moderna no Rock Rendez Vous. (1985, fevereiro 26). *Blitz*, 5.
- Abreu, R. M. (2017, abril 30). Coimbra tem mais encanto na hora do rock and roll. *Público*. <https://Blitz.pt/principal/update/2017-04-30-Coimbra-tem-mais-encanto-na-hora-do-rock-and-roll>
- Almeida, S. (2020, abril 9). Lovers & Lollypops cria clube online para amantes de música disruptiva. *Time Out Magazine*. <https://www.timeout.pt/porto/pt/noticias/lovers-lollypops-cria-clube-online-para-amantes-de-musica-disruptiva-040920>
- Azerrad, M. (1992, abril 16). *Nirvana: Inside the Heart and Mind of Kurt Cobain - Rolling Stone*. Rolling Stone. <https://www.rollingstone.com/feature/nirvana-inside-the-heart-and-mind-of-kurt-cobain-103770/>
- Baltazar, T. (1986, janeiro 21). Rondas Nocturnas. *Blitz*, 16.
- Barrau, T. (1986, maio 27). Divergências convergentes. *Blitz*, 3.
- Belanciano, V. (2016, janeiro 23). Why Portugal no Eurosonic? Porque há talento, mas falta o resto. *Público*. <https://www.publico.pt/2016/01/23/culturaipsilon/noticia/why-portugal-no-eurosonic-porque-ha-talento-mas-falta-o-resto-1720747>
- Belanciano, V. (2017a, junho 1). A música portuguesa merece ser levada a sério. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/06/01/culturaipsilon/opiniao/a-musica-portuguesa-merece-ser-levada-a-serio-1774245>
- Belanciano, V. (2017b, janeiro 12). No Eurosonic é impossível escapar música portuguesa. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/01/12/culturaipsilon/noticia/no-eurosonic-e-impossivel-escapar-a-musica-portuguesa-1758026>
- Belanciano, V. (2017c, janeiro 13). Portugal, o país do fado, também dança kuduro e canta soul. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/01/13/culturaipsilon/noticia/portugal-o-pais-do-fado-tambem-danca-kuduro-e-canta-soul-1758198>
- Belanciano, V. (2017d, janeiro 14). Os concertos acabaram. Começa o negócio no Eurosonic. *Público*, 14.
- Belanciano, V. (2017e, janeiro 19). A Europa a abrir a boca de espanto com a música portuguesa. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/01/19/culturaipsilon/noticia/a-europa-a-abrir-a-boca-de-espanto-com-a-musica-portuguesa-1758743>
- Belanciano, V. (2018, março 25). O Tremor foi uma história feliz e quer contaminar o resto do ano. *Ípsilon*. <https://www.publico.pt/2018/03/25/culturaipsilon/noticia/o-tremor-deste-ano-foi-uma-historia-feliz-1808001>
- Bonifácio, J. (2011, dezembro 9). Vem aí a putalhada. *Público*. <https://www.publico.pt/2011/12/09/culturaipsilon/noticia/vem-ai-a-putalhada-297890>
- Cadete, M. F. (1995, março 14). Amadores, mas militantes. *Blitz*, 18.
- Catalão, R. (1996, dezembro 18). Qualquer pessoa pode lançar um disco. *Público*, 3.
- Cardoso, M. E. (1983, maio 11). Duas palavras acerca da Fundação Atlântica. *Se7e*, 3.
- Cohen, D. (2015). How Indie Rock Changed the World. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2015/06/how-indie-rock-changed-the-world/392057/>
- Correia, G. (2019). Esta cidade quer ver as bandas passar/ afinal, o que é que Leiria tem? *Observador*. <https://observador.pt/especiais/esta-cidade-quer-ver-as-bandas-passar-afinal-o-que-e-que-leiria-tem/>
- Costa, B. (1982, setembro 8). Rock português: o fim das vacas gordas? *Se7e*, 12–13.
- Diniz, Rui (2013). Bee Keeper Bands já online! A Trompa.
- Duarte, J. (1989, junho 22). Ama Romanta. A outra face. *LP - Jornal de Música*, 20–21.
- Duarte, M., & Lopes, M. (2017, junho 17). Processo de agitação em curso. *Ípsilon*, 4–9.
- Duarte, P. (1982, agosto 25). “Se houver músicos teimosos, o rock português não morrerá”. *Se7e*, 13.

- Duarte, P. M. (2017, janeiro 17). Musicália: Seleção Nacional da música portuguesa está à conquista do Eurosonic na Holanda. *Sul Informação*. <https://www.sulinformacao.pt/2017/01/musicalia-selecao-nacional-da-musica-portuguesa-esta-a-conquista-do-eurosonic-na-holanda/>
- Elsa Pires (1973-2002). (2002, agosto 20). *Blitz*, 4.
- Em Bruto: Uma Nova Editora. (2019, setembro 16). *Arte Sonora*. <https://artesonora.pt/breves/em-bruto-uma-nova-editora-lovers-lollypops-clubbing/>
- Falcão, M. (1987, novembro 3). Vamos ter confusão. *Blitz*, 04.
- Fradique, P. (1993, agosto 3). Via Sacra dos Concursos de Música Moderna. *Blitz*, 4-5.
- Fradique, P. (1996, janeiro 30). Despertar. *Blitz*, 25.
- Fricke, D. (1988, junho). The Sugarcubes: The Coolest Band in the World. *Rolling Stone*. <http://www.rollingstone.com/music/features/the-coolest-band-in-the-world-%0D19880714>
- Galhós, C. (1995, janeiro 10). Voodoo Dolls. Festiços na capital do tédio. *Blitz*, 15.
- Gonçalves, P. (1999, março 9). Ama Romanta. Fénix Reeditada. *Blitz*, 14-15.
- Gonçalves, R. R. (2020). Editoras de música independentes: desafios e virtudes num mercado em constante mutação. Gerador. [https://gerador.eu/editoras-de-musica-independentes-desafios-e-virtudes-num-mercado-em-constante-mutacao/#:~:text=Editoras de música independentes%3A desafios e virtudes num mercado em constante mutação&text=A premissa de que num,multinacionais\)%2C](https://gerador.eu/editoras-de-musica-independentes-desafios-e-virtudes-num-mercado-em-constante-mutacao/#:~:text=Editoras de música independentes%3A desafios e virtudes num mercado em constante mutação&text=A premissa de que num,multinacionais)%2C)
- Guerra, L., & Mourinha, J. (2000, abril 11) O Estado da Nação, *Blitz*, 29.
- Ingham, Tim (2022, outubro 6) It's happened: 100.000 tracks are now being uploaded to streaming services like Spotify each day. (2022). *Music Business Worldwide*. <https://www.musicbusinessworldwide.com/its-happened-100000-tracks-are-now-being-uploaded/>
- Judas, M. (2017, janeiro 11). 21 artistas portugueses dão música na maior mostra europeia. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/artes/21-artistas-portugueses-dao-musica-na-maior-mostra-europeia-5597810.html>
- King, R. (2012a). How indie labels changed the world. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2012/mar/22/indie-record-labels-changed-world>
- Leiria assume “1% de esperança” de ser Cidade Criativa da UNESCO da música. (2019, julho 31). *Antena Livre*. <https://www.antenalivre.pt/musica/leiria-assume-1-de-esperanca-de-ser-cidade-criativa-da-unesco-da-musica>
- Lopes, J. M. (1997, abril 8). Uma Enorme Utopia. *Blitz*, 14.
- Lopes, J. M. (1998, abril 21). Cais do Rock - Pão e Circo. *Blitz*, 14.
- Lopes, M. (2015, dezembro 26). É uma festa, é a Cafetra a gostar de todos nós. *Ípsilon*. <https://www.publico.pt/2015/12/26/culturaipsilon/noticia/e-uma-festa-e-a-cafetra-a-gostar-de-todos-nos-1717959>
- Lopes, M. (2017a). É dia de Reis e a Pataca Discos faz a festa, perdão, monta um Sarau. *Público*, 31
- Lopes, M. (2017b, janeiro 11). A música portuguesa invade Groningen e isso é só o começo. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/01/11/culturaipsilon/noticia/a-musica-portuguesa-invade-groningen-e-isso-e-so-um-comeco-1757822>
- Lopes, M. (2017c, outubro 15). Uma vida a levar com Chinaskee & Os Camponeses. *Público*. <https://www.publico.pt/2017/10/15/culturaipsilon/noticia/uma-vida-a-levar-com-chinaskee-os-camponeses-1788360>
- Lopes, M. (2020, julho 3). Eles queriam contruir o mundo com uma canção lo-fi de cada vez. *Público*, 2-7.
- Lopes, M. (2022, fevereiro 20). Dez anos da Omnichord, a editora que se transformou em mais do que uma editora. *Público*, 24-25.
- Magalhães, P. A. (1987, julho 28). A alternativa é o empurrão. *Blitz*, 18.

- Magalhães, P. M. (2022, outubro 19). Experimentou o sintetizador e ainda levou discos de vinil: a visita do ministro da Cultura ao Minho. *Público*. <https://www.publico.pt/2022/10/19/local/noticia/experimentou-sintetizador-levou-discos-vinil-visita-ministro-cultura-minho-2024629>
- Maio, Luís. (1987, junho 16). No segundo nascimento da música moderna portuguesa. *Blitz*, 19
- Maio, Luís. (1990, janeiro 9). Tudo à venda. *Blitz*, 14.
- Maio, Luís, & Mozos, M. (1985, julho 30). A invenção portuguesa do teledisco minimalista. *Blitz*, 39.
- Maio, Luiz. (1987, junho 16). No segundo nascimento da música moderna portuguesa. *Blitz*, 10–11.
- Manual de sobrevivência. (2000, setembro 12). *Blitz*, 33–34.
- Marques, F. S. (1986, fevereiro 11). A Nova Revolução. *Blitz*, 4.
- Marques, F. S. (1992, maio 26). Estado de sítio. *Blitz*, 7.
- Marques, P. (2008, novembro 19). Bor Land. *Rua de Baixo*. <https://www.ruadebaixo.com/bor-land.html>
- Martinho, M. (2020, abril 04). Editora Lovers & Lollypops lança plataforma com acesso a conteúdos exclusivos e concertos. *Observador*.
- Melo, T. (2017, julho 16). Daqui a 10 anos vamos ter uma indústria da música, pelo menos no sector independente, muito mais forte em Portugal. *Black Sheep*. <https://blacksheep.pt/ana-figueiredo-daqui-a-10-anos-vamos-ter-uma-industria-da-musica-pelo-menos-no-sector-independente-muito-mais-forte-em-portugal/>
- Monteiro, Renata. (2016, novembro 24). “Nós sabemos que Portugal tem música, mas e profissionais?”. *Jup Online*. <https://www.juponline.pt/cultura/artigo/16113/nos-sabemos-que-portugal-tem-musica-mas-e-profissionais.aspx>
- Monteiro, Rui. (1985a, março 26). Pedro Ayres Magalhães. Procurar, encontrar e... *Blitz*, 8–9.
- Monteiro, Rui. (1985b, dezembro 17). Croix Sainte - autoprodução contra a lamúria. *Blitz*, 5.
- Monteiro, Rui. (1985c, dezembro 31). O ano de todas as cópias. *Blitz*, 13.
- Monteiro, Rui. (1986, junho 24). Vôo dos pássaros. *Blitz*, 10–11.
- Monteiro, Rui. (1997, janeiro 7). Portugal dos Pequeninos. *Blitz*, 4
- Mourinha, J. (2000, abril 11). O estado da nação. *Blitz*, 27–31.
- Mourinha, J. (2004, junho 1). 20 anos, 52 pessoas. Ricardo Camacho. *Blitz*, 47
- Murray, R. (2018, dezembro 12). Buzzcocks Changed The Way We View The Punk Single. *Clash Magazine*. <https://www.clashmusic.com/features/buzzcocks-changed-the-way-we-view-the-punk-single>
- Na “pasmaceira” de Barcelos há uma cena. (2010, março 18). *Ípsilon*. <https://www.publico.pt/2010/03/18/culturaipsilon/noticia/na-quotpasmaceiraquot-de-barcelos-ha-uma-cena-252913>
- Neto, M. I. (2019, outubro 14). Revolve: Dez Anos de Criação Artística em Guimarães. *Revista Rua*. <https://www.revistarua.pt/revolve-dez-anos-de-criacao-artistica-em-guimaraes/%0A>
- Ney, T. (2007, outubro 11). A reinvenção do Radiohead. *Folha de S.Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1110200707.htm>
- Nova, I. V. (1987, julho 14). Rock independente em fórum. *Blitz*, 10–11.
- Galopim, N. (2006). Em conversa: Pop Dell'Arte. *Diário de Notícias*.
- O movimento perpétuo. (1987, novembro 17). *Blitz*, 3.
- O novo rock português. Manual de sobrevivência. (2000, setembro 12). *Blitz*, 33–34.
- Parker, M. (2020, janeiro). Independence Day. *Electronic Sound*, 34–39.
- Pedro, T. L. (1999, fevereiro 26). Império Peste. *Público*.
- Pereira, L. (2017, março). Ama Romanta, cultivar a diferença. *Blitz*, 7–11.
- Pires, A. (1991, maio 14). Segurança da tradição. *Blitz*, 14.
- Pires, J. (1988, janeiro 5). Visões de 88. *Blitz*, 5.

- Plataformização do mercado fonográfico e análise dos dados do lançamento do álbum “Verniz”, da banda Zimbra. (2019). *Laboratório de Conexões Intermidiáticas (Labcon)*.
- Potencial da internacionalização da música portuguesa em debate em Leiria. (2018, outubro 26). Agência Lusa. <https://www.dn.pt/lusa/potencial-da-internacionalizacao-da-musica-portuguesa-em-debate-em-leiria-10089234.html>
- Produtora Lovers & Lollypops lança “Passe Social” para acesso a concertos a metade do preço normal. ([s.d.]). Recuperado 9 de julho de 2021, *RTP Notícias*. [https://www.rtp.pt/noticias/cultura/produtora-lovers-lollypops-lanca-passe-social-para-acesso-a-concertos-a-metade-do-preco-normal\\_n498083](https://www.rtp.pt/noticias/cultura/produtora-lovers-lollypops-lanca-passe-social-para-acesso-a-concertos-a-metade-do-preco-normal_n498083)
- Ribeiro, A. (2014, setembro 17) A Lovers & Lollypops faz nove anos e quer comemorar conosco. *Público*. <https://www.publico.pt/2014/09/17/p3/noticia/a-lovers-lollypops-faz-nove-anos-e-quer-comemorar-conosco-1821236>
- Sacramento, C. (2004, março 2). Ordem para dançar. *Blitz*, 39
- Sardinha, E. (2003, fevereiro 18). Subtonik Enterprises. A casa da música em Coimbra. *Blitz*, 12-13
- Sardinha, E. (2005, outubro 25). Uma atitude à margem. *Blitz*, 6-8.
- Shah, N. (2020, dezembro 3). Music streaming makes major labels rich, while musicians like me go broke. *The Guardian*. [https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/dec/03/music-streaming-major-labels-musicians-uk-government?utm\\_term=4540bd82f316d01ddec8d1c5fa8b9178&utm\\_campaign=SleeveNotes&utm\\_source=esp&utm\\_medium=Email&CMP=sleevenotes\\_email](https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/dec/03/music-streaming-major-labels-musicians-uk-government?utm_term=4540bd82f316d01ddec8d1c5fa8b9178&utm_campaign=SleeveNotes&utm_source=esp&utm_medium=Email&CMP=sleevenotes_email)
- Simpson, D. (2017, janeiro 17). How Buzzcocks invented indie (with help from the Sex Pistols, a Renault and the Quo). *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2017/jan/12/how-buzzcocks-invented-indie-with-help-from-the-sex-pistols-a-renault-and-the-quo>
- Teenagers from outer space. Faça você mesmo. (1996, janeiro 23). *Blitz*, 6.
- Teles, V. (1982, agosto 12). Uma forma de estar perto de ti. *Se7e*, 36.
- The Recording Academy and Recording Artists’ Coalition Announce Historic Alliance. (2009). *Top 40 Charts*. <https://top40-charts.com/news.php?nid=45217&cat=>
- Vieira, A. B. (2019, outubro 4). O passo “planetário” do Westway Lab para uma música sem fronteiras. *Público*. <https://www.publico.pt/2019/04/10/culturaipilon/noticia/passos-planetario-westway-lab-musica-portuguesa-nao-conheca-fronteiras-1868650>
- Zaleski, A. (2016, outubro 25). 35 Years Ago: The U.K. launches the “Home Taping is killing music” campaign. *Diffuser*. <https://diffuser.fm/home-taping-is-killing-music-uk/>

## **PROGRAMAS DE TELEVISÃO, DOCUMENTÁRIOS, FILMES & PODCASTS**

- Baço, Vasco & Mendes, Carlos (2019) *Ama Romanta: Uma Utopia Que Fazia Discos*, Antena 3
- Ferreira, L., & Clérigo, P. (2015). *A Arte Eléctrica em Portugal*. RTP.  
<http://rtp.pt/programa/episodios/tv/p32235>.
- Logue, S. (Produtora). (2015). *Music for Misfits: The Story of Indie*. BBC.
- Morais, E. (2011). *Meio Metro de Pedra*. RTP.
- Morais, E. (2016). *Fios Bem Ligados*. Antena 3.
- Orr, S. (2018). *Interview with Portia Sabin*. Other Record Labels - Starting & Running a Record Label.
- Portulez, R. (2017). *I Love My Label – A Edição Independente em Portugal*. RTP.  
[https://media.rtp.pt/antena3/ver\\_tax/i-love-my-label/](https://media.rtp.pt/antena3/ver_tax/i-love-my-label/)
- Salgado, L. (2020). *#15 Hábitos de Quarentena - Revolve*.  
<https://open.spotify.com/episode/0cYVN9uhDEq4hK5nFcbJ16?si=8151f07dbb484797>

## **APRESENTAÇÕES & PALESTRAS**

Hesmondhalgh, D (2021, junho 22) Independent Music Labels: Histories, Practices and Values, Colloquium, Instituto de Etnomusicologia. Centro de Estudos em Música e Dança (INET-md)

Murphy, G. (2021, novembro 26). Cowboys and Indies. Porto Pop.

Quintela, P., & Vinhas, P. (2015). Facadas na noite. Facadas na noite. KISMIF Conference

## **ANEXO: ROTEIRO PARA ENTREVISTAS**

Os roteiros anexados a seguir representam as perguntas/tópicos padrão feitas aos entrevistados. Devido à especificidade de cada uma das gravadoras aqui estudadas, novas questões foram adicionadas a cada roteiro quando das entrevistas com os atores diretos de cada um dos selos aqui pesquisados.

## ROTEIRO DE ENTREVISTA GRAVADORAS

### Dados sobre a entrevista

<b>Entrevistado/a:</b>
<b>Entrevistadora:</b>
<b>Data:</b>
<b>Local:</b>
<b>Hora de realização:</b>
<b>Duração:</b>

#### 1. Avaliação da oferta musical da cidade/país

- Situação presente e evolução.
- Recursos e carências.

#### 2. Avaliação da participação da gravadora nessa oferta

#### 3. Cartografia musical da cidade

- Diferentes micro-cenas consoante as diferentes áreas da cidade?
- Áreas da cidade, espaços preponderantes.

#### 4. Contributo da gravadora para o espaço urbano

- Música como fator de atratividade, como promotora/facilitadora de processos de desenvolvimento urbano.
- Papel da música para o espaço urbano e para as políticas da cidade.
- Há uma mudança na percepção da importância económica da música por parte dos decisores políticos?
- Há reconhecimento deste potencial por parte dos decisores políticos? Como se manifesta? Exemplos relevantes no caso português.

#### 5. Construção e evolução do gosto cultural/musical do/a entrevistado/a

- Decisão de criar uma gravadora.
- Agentes/instâncias e espaços de socialização.

- Experiências marcantes (concertos, festivais, saídas, viagens, etc.) para a da gravadora.

## **6. A vivência da cidade e a adoção de modos de vida específicos que potenciaram a trajetória/carreira musical**

- Vivência de cenas musicais locais e sua articulação com a construção e a gestão da trajetória/carreira musical.

## **7. Caracterização do atual panorama musical português (principais tendências e estilos determinantes)**

- Quais são os estilos musicais que a gravadora propõe/valoriza?
- Como se caracterizam e visualizam no quotidiano musical local e português?

## **8. Evolução e caracterização da atual produção musical portuguesa no campo da música independente**

- Protagonistas, espaços e justificação. Onde se encaixam?

## **9. Interpretação e conceção subjetiva por parte do próprio agente social da música indie**

- Definição do conceito de “indie” e “alternativa”. Semelhanças e diferenças.
- Como se enquadram nesta definição?
- O que o indie na essência?
- Diferenças entre o *mainstream* e o *underground*. O que define as fronteiras?
- Autorrepresentação/Auto posicionamento do entrevistado.

## **10. Agentes determinantes do campo musical indie (músicos, promotoras, managers, editoras, jornalistas, crítica, etc.) e justificação**

- Inclui hierarquização dos agentes no campo da música e relações de poder mais relevantes, afinidades, tipo de agentes e de interações.
- Importância dos managers/promotoras/gravadoras na música indie.
- Agentes-chave e tipos de relações estabelecidas.
- Concorrência, mercado e estratégias (cooperação/competição).
- Quem dita as tendências musicais? Papel dos managers, das editoras, das promotoras, dos jornais, das rádios, etc.

## **11. Circuitos da música indie na cidade**

- Identificação dos espaços de fruição musical da cidade.
- Evolução, focos de divulgação e sua importância.

## **12. Produção e divulgação da música indie portuguesa**

- Relações da produção musical portuguesa com a internacional.
- Estratégias e táticas para a difusão internacional.
- Importância de plataformas/eventos como Why Portugal, AMAEI, Eurosonic, MIL.
- Importância das redes e da ação em conjunto.
- Avaliação da divulgação da música portuguesa e tendências de evolução.
- Perspectiva acerca das vendas, eventos, sua evolução e seu impacto na construção e gestão das carreiras musicais.

### **13. Estratégias mobilizadas para a construção e gestão de gravadoras/carreiras**

- Definição do conceito de DIY e formas de manifestação/vivência do DIY: atividades, competências.
- Significado, importância e formas de assegurar a independência:
  - Autenticidade
- Controle do processo e responsabilização pelo mesmo
- Necessidades económicas/falta de recursos
- Contrariar lógicas dominantes de produção, divulgação e distribuição musical
- Criar algo, promoção da experimentação
  - Matriz ideológica/de ação política, de oposição ao sistema capitalista e de procura de respostas alternativas, matriz de realização e de desenvolvimento pessoal e social
- Gestão de vários projetos musicais. Não só a edição.
- Atividades desenvolvidas em paralelo com a atividade da edição.
- Estratégias de profissionalização.
- Importância da difusão internacional.
- Estratégias de divulgação/comunicação da edição musical.

### **14. Fatores/condições facilitadoras para a criação e gestão de carreiras musicais**

- Democratização da Internet e das possibilidades de produção, edição e divulgação musical.
- A Internet e as “novas” formas de acesso à música e seus impactos na música indie portuguesa.
- Importância das redes - novas tecnologias e seu contributo para edição/divulgação.

### **15. Futuro, gestão do risco e da incerteza**

- Como se lida com a incerteza e a precariedade?
- É possível viver da música?

### **16. Origem, objetivos e lógicas de funcionamento**

- Objetivos e razões da criação.
- Descrição dos principais marcos de evolução da atividade (principais acontecimentos, pontos de viragem).
- Organização funcional e recursos humanos.

### **17. Linhas de programação**

- Principais conteúdos/artistas/estilos representados.
- Informação sobre os espetáculos que promove.
- Explicitação do processo de seleção dos artistas a promover/editar.

### **18. Redes**

- Parceiros com os quais se privilegiam as relações e qual o tipo de relação estabelecida.
- Outros grupos ou instituições com quem têm relações.

### **19. Público alvo**

- Definição interna face aos produtos.

### **20. Estratégias utilizadas para a promoção de bandas/artistas**

- Situação atual e evolução.

### **21. Projetos futuros e garantias de concretização**

- Quais? Quando? Definição/estilo musical? Objetivos? Públicos?
- Explorar sustentabilidade da atividade a médio/longo prazo, estratégias, debilidades, trunfos.

## **22. Opinião do entrevistado(a) relativamente à importância da instituição para a vida cultural/musical da cidade/país**

- Perceber se a instituição marca de alguma forma a vida cultural/musical da/do cidade/país.

## ROTEIRO DE ENTREVISTA MÚSICOS

### Dados sobre a entrevista

<b>Entrevistado/a:</b>
<b>Entrevistadora:</b>
<b>Data:</b>
<b>Local:</b>
<b>Hora de realização:</b>
<b>Duração:</b>

### 1. Avaliação da oferta cultural da cidade a partir das iniciativas indie

- Situação presente e evolução.
- Recursos e carências.

### 2. Diferenças entre Lisboa e o interior que interferem diretamente na evolução das cenas locais

### 3. Cartografia musical da cidade

- Diferentes micro-cenas consoante as diferentes áreas da cidade?
- Áreas da cidade, espaços preponderantes.

### 4. Contributo de gravadoras indie (carreiras/eventos) para o seu espaço urbano, para a construção de imagens e narrativas de cidade

- A gravadora como fator de atratividade, como promotora/facilitadora de processos de desenvolvimento urbano.
- Papel da gravadora para o espaço urbano e para as políticas da cidade.
- Há uma mudança na percepção da importância económica da cultura por parte dos decisores políticos?
- Há reconhecimento deste potencial por parte dos decisores políticos? Como se manifesta? Exemplos relevantes no caso português.

### 5. A vivência da cidade e a adoção de modos de vida específicos que potenciaram a trajetória/carreira musical

- Vivência de cenas musicais locais e sua articulação com a construção e a gestão da trajetória/carreira musical.

### 6. Caracterização do atual panorama musical português. Oportunidades e carências

- Como compara a cena musical indie portuguesa agora e no passado?
- Quais são as principais dificuldades no momento?
- Qual o grande contributo das gravadoras para amenizar essas dificuldades?
- Como visualizam esse trabalho no cotidiano?

### 8. Evolução e caracterização da atual produção musical indie portuguesa

- Protagonistas, espaços e justificação.

## **9. Agentes determinantes da música indie nacional (músicos, promotoras, managers, editoras, jornalistas, crítica, etc.) e justificação**

- Importância dos managers/promotoras/editoras no campo da música independente.
- Agentes-chave e tipos de relações estabelecidas.
- Concorrência, mercado e estratégias (cooperação/competição).
- Quem dita as tendências musicais? Papel das gravadoras.

## **10. Circuitos da música indie na cidade**

- Identificação dos espaços de fruição musical da cidade.
- Evolução, focos de divulgação e sua importância.

## **11. Produção e divulgação da música indie portuguesa**

- Relações da produção musical portuguesa com a internacional.
- Importância de plataformas/eventos como Why Portugal, AMAEI, Eurosonic, MIL.
- Importância das redes e da ação em conjunto.
- Avaliação da divulgação da música portuguesa e tendências de evolução.
- A importância da Internet e das “novas” formas de acesso à música e seus impactos no campo musical independente português.

## **12. Características e especificidades da *profissão* de músico indie em Portugal**

- O que é hoje em dia ser músico (indie) em Portugal?
- Evolução do contexto português e internacional.

## **14. Estratégias mobilizadas para a construção e gestão da carreira musical**

- O alargamento do conceito de músico enquanto criador musical e a multiplicação dos papéis assumidos.
- Diante disso, é necessário uma gravadora?
- Definição do conceito de DIY e formas de manifestação/vivência do DIY: atividades, competências.
- Conciliação de vários projetos musicais.
- Atividades desenvolvidas em paralelo com a atividade de músico.
- Estratégias de profissionalização. Importância da difusão internacional.
- Estratégias de divulgação/comunicação da criação musical. Como avalia.

## **15. Fatores/condições facilitadoras para a criação e gestão de carreiras musicais**

- Democratização da Internet e das possibilidades de produção, edição e divulgação musical.
- Importância das redes - novas tecnologias e seu contributo também ao nível do maior contacto/conexão entre os atores.

## **16. Futuro, gestão do risco e da incerteza**

- Como se lida com a incerteza e a precariedade?
- É possível viver da música? É mais fácil hoje em dia?

## ROTEIRO DE ENTREVISTA JORNALISTAS, CRÍTICOS E DEMAIS AGENTES

### Dados sobre a entrevista

<b>Entrevistado/a:</b>
<b>Entrevistadora:</b>
<b>Data:</b>
<b>Local:</b>
<b>Hora de realização:</b>
<b>Duração:</b>

### 1. Avaliação da oferta musical da cidade/país

- Situação presente e evolução.
- Recursos e carências.

### 2. Avaliação da participação da gravadora nessa oferta

- Percepção histórica acerca do trabalho das gravadoras indie
- Papel das gravadoras indie como *hubs* e faróis para a disseminação de nova música
- O papel socioeconômico e cultural das gravadoras indie em Portugal.

### 3. Diferenças entre Lisboa e o interior que interferem diretamente na evolução das cenas locais

### 4. Cartografia musical de Portugal

- Diferentes micro-cenas consoante as diferentes áreas do país
- Áreas do país, espaços preponderantes, importância na influência em outros locais.

### 5. Contributo de gravadoras indie (carreiras/eventos) para o seu espaço urbano, para a construção de imagens e narrativas de cidade

- A gravadora como fator de atratividade, como promotora/facilitadora de processos de desenvolvimento urbano.
- Papel da gravadora para o espaço urbano e para as políticas da cidade.
- Há uma mudança na percepção da importância económica da cultura por parte dos decisores políticos?
- Há reconhecimento deste potencial por parte dos decisores políticos? Como se manifesta? Exemplos relevantes no caso português.

### 6. A vivência da cidade e a adoção de modos de vida específicos que potenciaram a trajetória/carreira musical

- Vivência de cenas musicais locais e sua articulação com a construção e a gestão da trajetória/carreira musical.

## **7. Caracterização do atual panorama musical português. Oportunidades e carências**

- Como compara a cena musical indie portuguesa agora e no passado?
- Quais são as principais dificuldades no momento?
- Qual o grande contributo das gravadoras para amenizar essas dificuldades?
- Como visualizam esse trabalho no cotidiano?

## **8. Evolução e caracterização da atual produção musical portuguesa no campo da música independente**

- Protagonistas, espaços e justificação.

## **9. Interpretação e conceção subjetiva por parte do próprio agente social da música dita independente/alternativa**

- Definição do conceito de “independente” e “alternativa”. Semelhanças e diferenças.
- Que projetos se enquadram nesta definição?
- Estes termos são apenas um rótulo?
- Diferenças entre o *mainstream* e o *underground*. O que define as fronteiras?
- Autorrepresentação/Auto posicionamento do entrevistado.

## **10. Agentes determinantes do campo musical independente (músicos, promotoras, managers, editoras, jornalistas, crítica, etc.) e justificação**

- Inclui hierarquização dos agentes no campo da música e relações de poder mais relevantes, afinidades, tipo de agentes e de interações.
- Importância dos managers/promotoras/editoras no campo da música independente.
- Agentes-chave e tipos de relações estabelecidas.
- Concorrência, mercado e estratégias (cooperação/competição).
- Quem dita as tendências musicais? Papel dos *managers*, das editoras, das promotoras, dos jornais, das rádios, etc..

## **11. Circuitos da música independente na cidade**

- Identificação dos espaços de fruição musical da cidade.
- Evolução, focos de divulgação e sua importância.

## **12. Produção e divulgação da música portuguesa independente**

- Relações da produção musical portuguesa com a internacional.
- Importância de plataformas/eventos como Why Portugal, AMAEI, Eurosonic, MIL.
- Importância das redes e da ação em conjunto.
- Avaliação da divulgação da música portuguesa e tendências de evolução.
- Perspetiva acerca das vendas, sua evolução e seu impacto na construção e gestão das carreiras musicais.
- A importância da Internet e das “novas” formas de acesso à música e seus impactos no campo musical independente português.

## **8. Evolução e caracterização da atual produção musical indie portuguesa**

- Protagonistas, espaços e justificação.

## **9. Agentes determinantes da música indie nacional (músicos, promotoras, managers, editoras, jornalistas, crítica, etc.) e justificação**

- Importância dos managers/promotoras/editoras no campo da música independente.
- Agentes-chave e tipos de relações estabelecidas.
- Concorrência, mercado e estratégias (cooperação/competição).
- Quem dita as tendências musicais? Papel das gravadoras.

## **10. Circuitos da música indie nas cidades**

- Identificação dos espaços de fruição musical das cidades.
- Evolução, focos de divulgação e sua importância num contexto macro.

## **11. Produção e divulgação da música indie portuguesa**

- Relações da produção musical portuguesa com a internacional.
- Importância de plataformas/eventos como Why Portugal, AMAEI, Eurosonic, MIL.
- Importância das redes e da ação em conjunto.
- Avaliação da divulgação da música portuguesa e tendências de evolução.
- A importância da Internet e das “novas” formas de acesso à música e seus impactos no campo musical independente português.

## **12. Fatores/condições facilitadoras para a criação e gestão de carreiras musicais**

- Democratização da Internet e das possibilidades de produção, edição e divulgação musical.
- Importância das redes - novas tecnologias e seu contributo também ao nível do maior contacto/conexão entre os atores.

## **13. Futuro, gestão do risco e da incerteza**

- Como se lida com a incerteza e a precariedade?
- É possível viver da música? É mais fácil hoje em dia?