



**Dimensão analítica:**

**Título do artigo:** Entre a fragmentação e a reestruturação: características da constituição de uma cena de *rock* alternativo em Portugal na última década

**Autora:** Paula Guerra

**Filiação institucional:** Departamento de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto/Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

**E-mail:** pguerra@letras.up.pt; mariadeguerra@gmail.com;

**Palavras-chave:** *pop rock*, *rock* alternativo, indústria cultural.

*Fragmentação.* Nesta breve abordagem [1] acerca das linhas de caracterização do *pop rock* em Portugal enquanto indústria cultural [2], cabe sustentar que existe desde 1990 um aumento do consumo de música, mas é necessário considerar a alteração dos formatos do seu consumo e essa é uma mudança radical no quadro da música popular: imaterialidade e pluralidade. Também é permissível registar uma mudança no tocante à quantidade de música ouvida ou possuída, na medida em que o seu aumento foi exponencial: “vão ser tempos de imaterialidade, diluição e mistura. Mas não é certo que o formato físico, a ideia de «álbum» e outros alicerces do que tem sido a música popular sejam demolidos de vez. O caos chegou, habituemo-nos” [3]: consumo de música em quantidade e em variedade, reestruturando o papel dos *hits* de música popular, assim como, a perda de relevância do formato de álbum. E isto poderá relacionar-se com uma estratégia que não se reduz à antinomia arte superior/arte inferior, até porque o relativismo funda-se, em termos sociológicos, na relativa erosão das elites culturais tradicionais, relevando a fisionomia da arte dessacralizada que ganha corpo na figura do *clown* [4].

No quadro da investigação acerca da configuração de modalidades de funcionamento do *pop rock* em Portugal, concretamente do *rock* alternativo, identificou-se um consumo e uma apropriação da música cada vez mais acelerados (*fast music*), a ponto de não deixarem lugar para a *típica* idolatria *pop*. A própria utilização crescente da palavra *hype* para qualificar determinadas propostas musicais é bem reveladora deste contexto, pois trata-se de uma expressão usada para qualificar propostas marcadas pela efemeridade. Este mais fácil (e descartável) acesso à música determinou uma vinculação mais transitória. Paralelamente a este excesso, fragmentação e desmaterialização, assiste-se a um regresso ao ritual do objecto físico do vinil por parte de determinados *music lovers*. O contexto que estamos a analisar também equivale a novas ferramentas e produtos musicais. Através do YouTube, do Vimeo ou do Facebook, o videoclipe atinge uma importância e visibilidade crescentes enquanto produto musical e plataforma de acesso musical. Em termos de alteração de ferramentas e de produtos cumpre ainda falar no MySpace e à escala nacional, podemos destacar a importância desta plataforma para alguns projectos como os Linda Martini, PAUS, Black Bombaim ou os Sizo.

*Reestruturação.* No campo do *rock* de feição alternativa, o sector da edição tem vindo a ter mudanças relevantes nesta década. Assim, é possível observar o incremento das *editoras de papel*, isto é, da defesa e concretização de edições que são divulgadas através de jornais e suplementos musicais. Também temos assistido à proliferação de *netlabels* que partilham música em formatos digitais (MiMi Records, a Test Tube e a Merzbau, You Are Not Stealing Records, a Yellow Bop Records e a Enough Records). O grande objectivo das *netlabels* é a edição de música fora dos circuitos habituais da indústria, sendo que muitas das *netlabels* também desenvolvem uma actividade paralela de realização de eventos tendo como objectivo divulgar e promover os projectos musicais que as sustentam.



Uma das linhas de tendência mais importantes fixa-se nas estruturas e redes de promoção e de divulgação musical. Existe um assentimento no aumento da frequência de concertos e no aumento da receptividade face a projectos experimentais situados no *rock* dito alternativo. Tendência manifesta na importância de determinados agentes, instâncias e locais (a ZDB, o Passos Manuel, a Antena 3, a Radar, a SIC Radical, a Filho Único, a Lovers and Lollypops, o Plano B, o Lux, entre muitos outros). Ressalta nesta representação, a diversidade configurativa e temática de agentes, não obstante contribuírem em unísono para uma mudança de sentido do panorama do *rock* em Portugal.

Um olhar mais atento releva a percepção de que o campo das promotoras se está a alargar cada vez mais, fazendo com que surjam novas oportunidades. Assim, desde 2004, foram surgindo promotoras de pequena dimensão pautadas por uma estratégia DIY que têm vindo a mudar a oferta de eventos. Os agentes envolvidos nestas organizações têm, na generalidade, outras actividades profissionais mas dedicam-se «por gosto» aos contactos com bandas e agentes, à afixação de cartazes, à divulgação das actividades na Internet e à montagem dos concertos que organizam.

O contexto do *rock* alternativo em Portugal faz-se muito pela oferta de concertos, apesar do reduzido número de salas de espectáculo de pequena e média dimensão, o que é compensado pela existência de *espaços satélite*, principalmente na cidade do Porto. Esta lacuna dos palcos intermédios tem vindo a ser contornada com o aparecimento de espaços semi-públicos de convivialidade urbana dotados de uma programação regular (MusicBox, Lounge, Plano B, Galeria Zé dos Bois, Maus Hábitos, Porto Rio, Passos Manuel, Armazém do Chá, ...). Tendo em conta o actual panorama musical, o papel das promotoras é cada vez mais determinante na ligação entre os artistas e o público, uma vez que esta não depende mais da compra dos álbuns, mas antes dos concertos e eventos organizados, ou seja, depende de uma vivência mais física da música, que é aquela oferecida pelas promotoras. Assumem particular destaque, neste âmbito, os festivais. Cada vez mais, a questão da divulgação musical funciona através da Internet, sobretudo no que a circuitos mais *underground* diz respeito, onde não há uma «máquina» que suporte todos os esforços de divulgação. Para além da Antena 3 e da Radar (esta confinada a Lisboa), as rádios universitárias ainda são plataformas fundamentais de divulgação, designadamente, a RUM e a RUC.

[1] Guerra, Paula (2010) - *A instável leveza do rock. Génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Tese de Doutoramento em Sociologia.

[2] KEA (2006) - *The Economy of Culture in Europe*. Bruxelas, KEA, European Affairs.

[3] Rios, Pedro (2009) - O caos chegou, habituemo-nos. *Ípsilon. Suplemento do Jornal Público*. 16 Set. 2009 [em linha]. Disponível em: <http://www.publico.clix.pt/>.

[4] Fehér, Ferenc (1998) – La condición de la postmodernidad. In Fehér, Ferenc; Heller, Ágnes (org.) – *Políticas de la postmodernidad: ensayos de crítica cultural*. Barcelona: Editorial Península. ISBN 84-8307-139-8. p. 18.