



**Universidade de Brasília - UnB
Centro de Excelência em Turismo - CET
Mestrado Profissional em Turismo**

Festivais musicais: um estudo sob a ótica do turismo

Rayane Ruas

Brasília - DF

2013



Universidade de Brasília - UnB
Centro de Excelência em Turismo - CET
Mestrado Profissional em Turismo

Festivais musicais: um estudo sob a ótica do turismo

Rayane Ruas

Dissertação apresentada ao
Mestrado profissional em Turismo da
Universidade de Brasília como
requisito parcial para obtenção do
título de mestre.

Orientadora: Profa. Dra.
Donária Coelho Duarte

Brasília - DF

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade de
Brasília. Acervo 1013478.

Ruas , Rayane.

R894f Festivais musicais : um estudo sob a ótica do turismo
/ Rayane Ruas . - - 2013.
 197 f . : i l . ; 30 cm.

 Dissertação (mestrado) - Universidade de Brasília,
Centro de Excelência em Turismo, Mestrado Profissional
em Turismo, 2013.

Inclui bibliografia.

Orientação: Donária Coelho Duarte.

 1. Festivais - Música. 2. Turismo. I . Duarte, Donária
Coelho. I I . Título.

CDU 338. 482. 2

Universidade de Brasília - UnB
Centro de Excelência em Turismo - CET
Mestrado Profissional em Turismo

Festivais de Música: Um estudo sob a ótica do Turismo

Rayane Ruas

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Donária Coelho Duarte – UnB
(Orientadora)

Prof. Dr. Gilson Zehetmeyer Borda – CNPQ

Prof^a. Dr^a. Maria Elenita Menezes Nascimento – UnB

Prof^a. Dr^a. Neuza de Farias Araújo–UnB
(Suplente)

Brasília, 11 de dezembro de 2013.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Profa. Dra. Donária Coelho Duarte, por aceitar o desafio, acreditar ser possível e me dar todos os subsídios para a conclusão desta pesquisa e desta etapa da minha vida, por se converter em muito mais do que uma orientadora, mais uma companheira de batalha e uma amiga.

Aos meus professores que a cada dia clareiam ainda mais as ideias e me mostram que sempre há conhecimento a ser adquirido. Em especial à Profa. Dra. Ivany e Profa. Dra. Karina, que por um momento foram minhas mentoras na construção de trabalho.

Agradeço à minha família, que sempre me deu apoio incondicional e acreditou em mim! Aos meus pais, que são a minha grande inspiração!

Ao meu esposo, minha mais nova família íntima, agradeço imensamente! Por acreditar em mim, me dar forças e apoio quando mais necessito. Por ser meu grande amor que me entende, ou não, mas que de todas as formas que pode me dá o suporte para seguir adiante, que compreende a minha ausência e aceita a minha dedicação extrema, que é a minha luz e minha fonte de energia. *Muchas gracias mi principote!*

E a todos os que de alguma forma contribuíram no processo de coleta de dados e entrevistas, seja divulgando aos amigos ou participando diretamente da entrevista.

EPÍGRAFE

Um homem precisa viajar, por sua conta, não por meio de histórias, imagens, livros e tevês, precisa viajar, por si, com os olhos e pés, para entender o que é seu...

Amyr Klink

RESUMO

Este trabalho trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, baseada no método hipotético-dedutivo, que busca analisar os festivais de música enquanto encontros que permitem a ruptura do cotidiano proporcionando uma experiência do turismo. Primeiramente foi realizada uma pesquisa exploratória explicativa acerca do tema o que delimitou o seu objeto de estudo. O recorte do objeto de estudo foram os festivais de música desde o Festival de Monterey em 1967 até os dias atuais. Durante a pesquisa exploratória surgiu a hipótese a ser testada: “Se os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, então a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele”. Utilizando-se como coleta de dados a entrevista semi estruturada com participantes de pelo menos dois festivais de música. Os resultados desta pesquisa indicaram que os festivais de música contribuem para a diversidade de experiências proporcionadas pelo turismo, configurando-se como mais uma experiência possível no âmbito turismo, tendo em vista que a vivência proporcionada pelos festivais possuem alguns elementos que compõe a experiência do turismo (uma motivação que gera uma expectativa, um lugar que abriga a experiência e uma troca social).

Palavras chave: Festivais de Música, Turismo, Encontro, Motivação, Experiência.

RESUMÉN

Este estudio es una investigación cualitativa basada en el método hipotético-deductivo, que posee como objetivo analizar los festivales de música desde el punto de vista de encuentros que permitan la interrupción de la vida diaria y proporcionan una experiencia turística. En primer lugar, llevó a cabo un estudio exploratorio sobre el tema que definió el objeto central de estudio. Objeto este que comprende el contexto en que se inserta los festivales de música desde el Festival de Monterey en 1967 hasta la actualidad. Durante la investigación exploratoria se desarrolló la hipótesis a comprobar: "Si los festivales de música ofrecen una experiencia turística entonces la motivación para participar en festivales de música se relaciona con la experiencia". La hipótesis fue evaluada mediante entrevistas semi-estructuradas con participantes de al menos dos festivales de música. Los resultados de la investigación apuntan que los festivales de música contribuyen para la diversidad de experiencias posibles en el turismo, considerando que la vivencia proporcionada por los festivales poseen algunos elementos que componen la experiencia del turismo (una motivación que genera una expectativa, un lugar que abriga la experiencia y un intercambio social).

Palabras llave: Festivales de música, Turismo, Experiencia, Encuentros, Motivación.

ABSTRACT

This study is a qualitative research based on hypothetical-deductive method, which seeks to analyze the music festivals while encounters that allow the disruption of daily life providing a tourism experience. We first carried out an exploratory about the subject that defined the object of his study. The object of study was defined by the context it was inserted the music festivals from Monterey Festival in 1967 to the present day. During the exploratory research developed the hypothesis to be tested: "If the music festivals provide a tourism experience, so the motivation for participation in music festivals is related to experience it" using as data collection semi-structured interviews with participants in at least two music festivals. The results indicated that music festivals contribute to the diversity of experiences offered by tourism, configuring it as one more possible experience within tourism, considering that the experience provided by the festivals have some elements that make up the experience of tourism (a motivation that generates an expectation, a place that houses the experience and social exchange).

Key-Words: Music Festivals, Tourism, Experience, Meeting, Motivation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1: Estrutura da Dissertação	29
Figura 2.1: Programação do International Monterey Pop Festival.....	56
Figura 2.2: Ingresso do Monterey Internacional Pop Festival	57
Figura 2.3: Público Woodstock em 1969.....	58
Figura 2.4: Poster do Isle of Wight, edição 1970.....	62
Figura 2.5: Público do Festival da Ilha de Wight, 1970.	62
Figura 2.6: Público no Isle of Wight 2010.....	63
Figura 2.7: Palco principal do Glastonbury, em 1971.....	65
Figura 2.8: Principais atrações que passaram pelos palcos do Glastonbury	67
Figura 2.9: Números do Glastonbury	67
Figura 2.10: Cartaz de Divulgação da 3ª Edição do Festival de Águas Claras	70
Figura 2.11: Público do Rock in Rio 1985.	73
Figura 2.12: 2ª Edição do Rock in Rio em 1991, no Maracanã	74
Figura 2.13: Número dos Rock in Rio 2013	77
Figura 2.14: Confirmação Rock in Rio 2015.....	78
Figura 2.15: Cartazes de divulgação do Lollapalooza de 1991 até 2010	80
Figura 2.16: Banner SWU	87
Figura 2.17: Linha do tempo dos Festivais.....	7794
Figura 3.1: Pirâmide de Maslow	103
Figura 5.1: Área de descanso com materiais recicláveis - SWU 2011	137
Figura 5.2: Lixo no SWU 2011	140
Figura 5.3: Visão panorâmica dos palcos do SWU 2011..	142
Figura 5.4: Espaço construído para a realização do Rock in Rio 2011.	158
Figura 5.5: Atrações complementares dos festivais - Rock in Rio 2013.	160

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1: Síntese dos Festivais de Música	93
Quadro 3.1: Quadro Resumo dos Conceitos	115
Quadro 4.1: Detalhamento das alterações no roteiro de perguntas do pré-teste	128
Quadro 4.2: Relação entre variáveis, autores e blocos de perguntas	129
Quadro 5.1: Quadro Resumo – Perfil dos entrevistados	145
Quadro 5.2: Elementos da Motivação	151
Quadro 5.3: Turismo e os meios de comunicação	167

SUMÁRIO

Introdução	24
I. Objetivos	29
II. Justificativa	30
1. A evolução dos festivais ao longo da história	33
1.1 Idade antiga.....	34
1.2 Idade média.....	44
1.3 Idade Moderna	48
1.4 Idade contemporânea.....	52
2. Celebração dos Festivais de Música: Um Estudo da Evolução ao Longo dos Anos	54
2.1 Monterey (Eua – California, 1967).....	55
2.2 Woodstock (Eua, 1969)	57
2.3 The Isle Of Wight – (Inglaterra, 1968 A 1970)	61
2.4 Glastonbury (Inglaterra, 1970 até os dias atuais)	64
2.5 Águas Claras (Iacanga/SP - Brasil, 1975 - 1983)	68
2.6 Monster Of Rock (Inglaterra 1980 – 1996 e 2006 Até Dias Atuais)	70
2.7 Rock In Rio – Rio de Janeiro, Brasil (1985 Até Dias Atuais)	72
2.8 Lollapalooza – Estados Unidos (1991)	79
2.9 Castlemorton – Inglaterra (1992).....	82
2.10 Tribal Gathering – Inglaterra (1993).....	83
2.11 Skol Beats – Brasil (2000)	85
2.12 Universo Paralelo – Bahia, Brasil (2000)	86
2.13 Planeta Terra Festival – São Paulo, Brasil (2007)	87

2.14	SWU – Começa Com Você – São Paulo, Brasil (2010).....	88
2.15	Análise da evolução dos festivais ao longo dos anos	92
3.	Os Festivais de Música e o Turismo.....	97
3.1	Evolução do Conceito de Turismo.....	97
3.2	Experiência, Vivência, Motivação e Imaginário	101
3.2.1	Experiência e ViVência.....	101
3.2.2	Motivação	103
3.2.3	Imaginário.....	106
3.3	Festivais de Música	109
3.4	Eventos Especiais	110
4.	Procedimentos Metodológicos.....	119
4.1	Método Hipotético-Dedutivo	119
4.2	Tipos de Pesquisa	122
4.2.1	Pesquis Exploratória.....	122
4.2.2	Pesquisa Descritiva	123
4.3	Técnicas de Pesquisa	124
4.3.1	Pesquisa Bibliográfica	124
4.3.2	Pesquisa Documental.....	125
4.3.3	Observação Participante	125
4.3.4	Entrevista Semi-estruturada	127
4.4	Análise de dados	132
4.4.1	Abordagem Qualitativa	132
4.4.2	Análise de Conteúdo	133
5.	Relato e Análise dos Casos Pesquisados	135
5.2	Relato Pesquisa Exploratória – Observação Participante	135
5.2.1	SWU 2010.....	135

5.2.2	Rock in Rio 2011	136
5.2.3	SWU 2011	137
5.3	Coleta de Dados.....	144
5.3.1	Perfil doS EntrevistadoS.....	145
5.3.2	Motivação da participação.....	148
5.3.3	Turismo nos Festivais.....	163
5.4	Experiência Vivenciada nos Festivais x Experiência Proporcionada pelo Turismo.....	170
6.	Considerações Finais	175
6.1	Alcance dos Objetivos Específicos.....	175
6.2	Conclusões.....	177
6.3	Desafios da Pesquisa.....	181
6.4	Pesquisas Futuras.....	181
	Referências Bibliográficas.....	183
	Apêndice 1 - Roteiro de Entrevista – SWU Music & Arts Festival 2011	192
	Apêndice 2 - Roteiro de Entrevistas – Festivais de música: uma análise sob a ótica do turismo.....	193

INTRODUÇÃO

Ao se pensar em festival musical, a princípio o que vem à mente são pessoas que estão em um determinado lugar para escutar os seus grupos de música que ali se apresentarão. No entanto, a realidade dos festivais musicais vai além de ouvir e executar música, não só para os artistas que ali estão “apresentando” suas músicas, mas também para os fãs que até lá se deslocaram para vivenciar essa experiência.

Esta pesquisa tem como princípio, que através da música é possível romper barreiras e unir as pessoas, proporcionando-lhes uma vivência diferenciada, gerando momentos de encontro e celebração. Portanto, os festivais musicais são uma forma de utilização da música como “ferramenta” para a mobilização dos seus participantes, para a ruptura do cotidiano e a vivência de uma experiência.

O Brasil tem se destacado cada vez mais quanto à receptividade dos festivais musicais. No ano de 2011, no Brasil, foram realizados 3 grandes festivais: *Rock in Rio*, *Starts With You – SWU* e o Planeta Terra. Em 2012, chegou ao país o *Lollapalooza*, e ainda vários shows internacionais. Já em 2013 os festivais tiveram a sua agenda bem diversificada com a chegada do *Monsters of Rock* e a manutenção dos já vinham acontecendo.

Os festivais de música podem revelar ao mundo a diversidade do Brasil, o seu potencial turístico, a sua capacidade de receber e organizar grandes eventos e o seu desenvolvimento tecnológico e humano. Revelam, ainda, a possibilidade de congregar em um único espaço diferentes culturas, religiões, formas de ver a vida em um momento de celebração.

Ao levar em conta a retrospectiva da maior transmissora de televisão brasileira (Rede Globo) observa-se que os eventos de música estão como um dos fatos marcantes do ano de 2011. No Jornal da Globo, transmitido no dia 31 de dezembro de 2011, no bloco especial sobre música, foi destacado que “2011 foi um ano de ouro para a música”. Essa afirmação justifica-se pelos cachês aplicados no Brasil, acima da média mundial e ao público de festivais brasileiros ser extremamente receptivo aos festivais e shows que ocorreram no país, conforme

expressado na reportagem. O Brasil tornou-se, então, um dos melhores mercados mundiais para os *show Bussines*, afirma a reportagem.

Sobre os festivais musicais mais especificamente, o mesmo jornal aponta “Para 2012 preparem seus corações e seus cartões de crédito porque o Brasil se tornou a nova “Meca” dos festivais internacionais.”

Como espectadora participante deste tipo de evento, foi observado que a busca dos participantes por novos lugares de encontros, novos festivais e atrações musicais se torna cada vez maior. O interesse em participar de momentos de celebração, tendo a música como elo, se torna relevante no processo de socialização dos jovens, aos moldes da Europa que já possui uma vasta agenda de festivais musicais.

Esta participação nos festivais contribuiu, ainda, a vivência e a experiência em festivais, e a sua semelhança ou complementaridade à experiência proporcionada pelo turismo, surgindo daí o objeto de estudo desta pesquisa.

A princípio o objetivo de estudo desta pesquisa era verificar os impactos dos festivais musicais no turismo, o legado para a cidade receptora, tendo como estudo de caso o festival musical SWU – Starts With You¹. Ao conhecer mais profundamente o objeto de estudo percebeu-se que a problemática era ainda mais complexa e interessante, pois o SWU Music & Arts Festival não era simplesmente um festival musical de caráter comercial, e sim a celebração de um movimento social em prol da sustentabilidade. Acontecia aí, a primeira transformação do foco de pesquisa.

¹ SWU: O SWU – Starts With You, em português, Começa com Você, é um movimento de conscientização em prol da sustentabilidade. Iniciado em junho de 2010, possui o intuito de mobilizar o maior número de pessoas possível para adotar pequenas atitudes no seu dia a dia que ajudam a construir um mundo melhor e que fazem a diferença. É uma iniciativa de Eduardo Fischer, presidente do Grupo Totalcom, que parte do princípio de que pequenas atitudes podem gerar grandes mudanças. O SWU Music & Arts Festival diz ter como principal objetivo inspirar, conscientizar e mobilizar o seu público, demonstrando que a sustentabilidade pode estar presente em todas as ações e contribuir para o estabelecimento de práticas sustentáveis de forma inovadora. O Festival declara se utilizar da paixão que a música desperta nas pessoas para sensibilizar o público em prol da sustentabilidade.

Em novembro de 2011, a pesquisadora foi a campo para a segunda edição do SWU Music & Arts Festival², com o intuito de observar como este festival musical se configuraria como um lugar de encontro, que acolhe pessoas distintas, onde se pressupunha um movimento em prol da sustentabilidade. Nesse momento foi realizada a primeira coleta de dados a ser explorada posteriormente neste trabalho. A intenção era identificar, também, de que forma a organização se propunha a unir a sustentabilidade com a música, aproveitando aquele momento de descontração e diversão para inserir informações a respeito da sustentabilidade.

Infelizmente, as premissas não se confirmaram. Diferente da primeira, a segunda edição do SWU Music & Arts Festival se confirmou como um evento puramente mercadológico, preocupado com a infraestrutura, o bem atender aos participantes, deixando de lado a sua filosofia original: a sustentabilidade.

Diante disso, identificou-se através das entrevistas que a motivação das pessoas de estarem naquele lugar era o desejo de compartilhar a música, e não a sustentabilidade como era o imaginado. Mas a motivação não estava voltada apenas para a música, era muito mais o “viver aquela experiência”. Não era a sustentabilidade que movia aquele público, mas sim o desejo de celebração através da música.

Identificou-se, portanto, a existência de uma busca por experiências que podem ser conceituadas e entendidas sob vários aspectos e, dentre eles, o turismo. Tendo em vista que o turista sai do seu lugar de origem, do seu cotidiano, buscando algo novo, buscando interagir e adquirir experiências e vivências diferenciadas. Portanto, os participantes dos festivais poderiam se revelar como atores do turismo, sendo essa a primeira indagação no momento do estágio da graduação.

No entanto, o que mais chamou atenção nos festivais foi a liberdade vivida, o encontro de diferentes formas de ser e pensar em um só espaço, onde as diferenças e até deficiências não são impeditivos para a sua participação ou geradoras de preconceito. Após essa observação, atrelada à participação no SWU em 2010, e no Rock in Rio em 2011 – nestes já com um olhar de pesquisadora –

² Realizado na cidade de Paulínia – São Paulo, nos dias 12 a 14 de novembro de 2011.

percebeu-se os festivais de música como lugares de encontro e celebração do público que proporcionam uma experiência.

Diante do vivenciado, se delineou a problemática dessa pesquisa: Até que ponto os festivais, entendidos como encontros que permitem a ruptura do cotidiano, podem se revelar como uma experiência turística?

Esse questionamento se justifica na necessidade constante de conceituação e entendimento do turismo. Tendo como premissa que o turismo proporciona uma experiência apoiada na possibilidade de encontro, a troca de relações culturais ocorridas em determinado local e em uma vivência diferenciada do dia a dia (GIARETTA, 2003; GASTAL, 2005; BENI, 2007). Portanto, propõe-se uma análise e um estudo sobre os festivais de música e as experiências proporcionada por ele com vistas a desvelar se configuram-se como turismo, pois percebe-se que possuem um caráter humano, concebem uma troca de experiências e promovem uma celebração realizada através de um elo: a música.

A problemática justifica-se, ainda, em analisar como essa atividade cultural se converte em turismo, e quais são os elementos que proporcionam a experiência vivenciada no festival. O objetivo da pesquisa é contribuir para a teorização do turismo e realizar uma pesquisa acadêmica a respeito das novas reconfigurações e novas formas dessa atividade. Espera-se, ainda, deixar como legado um apanhado da historicidade dos festivais de música, uma temática extremamente atual e sem bibliografia consolidada.

O método de análise utilizado para atingir os objetivos será utilizado o método Hipotético-dedutivo, que gera a seguinte hipótese de pesquisa: Se os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, então a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele.

Para atingir os objetivos da pesquisa, o trabalho foi dividido em 5 partes. O Capítulo 1 trata da evolução dos festivais ao longo do tempo. Apresenta as festividades e momentos de encontros ocorridos nos períodos históricos que pode haver evoluído para chegar ao que hoje é conhecido como festival de música. Isto

porque entende-se que os festivais e as celebração não surgiram do nada, e foram evoluindo até chegar ao que se conhece atualmente. Portanto busca-se na história a primeira ocorrência de eventos de celebração, com foco no entretenimento.

No segundo capítulo serão apresentados e descritos os principais festivais de música do mundo, desde a sua primeira realização: Festival de Monterey em 1967 até os festivais dos dias atuais, abordando aqueles que contribuíram para a formação e consolidação do fenômeno atual, que são os festivais de música.

No capítulo 3 serão apresentados os conceitos chaves a serem utilizados e trabalhados por esta pesquisa, são eles: Turismo, Experiência, Festivais, Motivação, Encontro, Compartilhar dentre outras. No quarto capítulo é discutida a metodologia utilizada em todo o processo de elaboração e execução da pesquisa.

O quinto capítulo apresenta os dados coletados durante a pesquisa exploratória, realizada em 2011, e durante a coleta de dados de 2013, analisando-os em consonância com a teoria o que possibilitará a constatação da hipótese de pesquisa ou não, e se não porque a hipótese não se confirma. O sétimo capítulo trata das conclusões percebidas a partir da coleta de dados.

No intuito de visualizar as etapas que foram realizadas para a concepção desta pesquisa, apresenta-se na Figura 1.1:

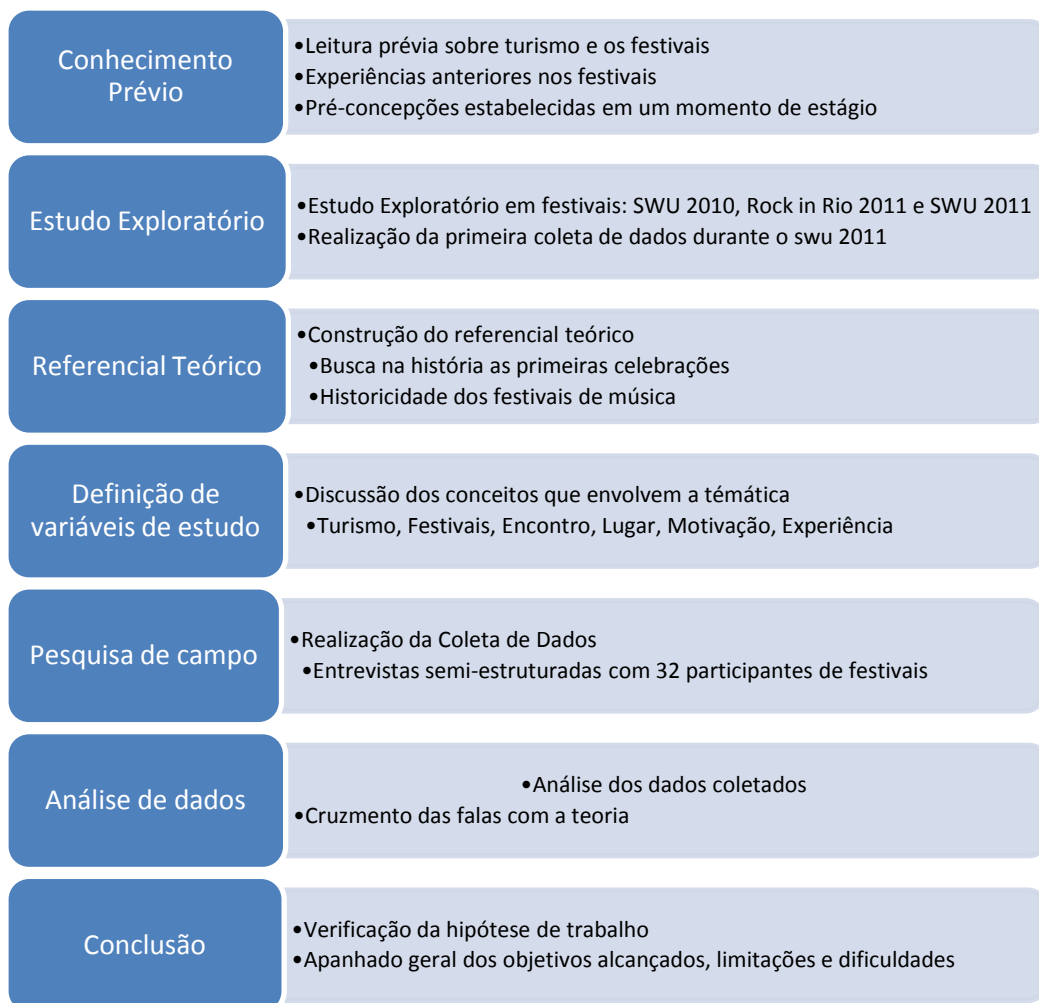


Figura 1.1: Estrutura da Dissertação

I. OBJETIVOS

Neste contexto, os objetivos desta pesquisa são:

Objetivo Geral: Analisar os festivais de música enquanto encontros que permitem a ruptura do cotidiano proporcionando uma experiência do turismo.

Objetivos Específicos:

- Investigar a evolução dos festivais ao longo do tempo;
- Discutir a evolução dos festivais de musica ao longo dos anos;
- Investigar a motivação e as experiências relatadas pelos entrevistados participantes de festivais de música; e

- Discutir em que medida as experiências proporcionadas pelos festivais se revelam como experiências turísticas.

Sendo delimitada, assim os objetivos desta pesquisa.

II. JUSTIFICATIVA

A temática da presente pesquisa está centrada na investigação da motivação e as experiências vivenciadas pelos participantes durante o evento, e discutir de que forma as experiências proporcionadas pelos festivais se revelam como experiências turísticas.

O questionamento quanto à relação entre o turismo e os festivais musicais se deve a uma experiência de estágio supervisionado da Graduação em Turismo³, em que a pesquisadora teve a oportunidade de estagiar, no período de outubro/2008 a junho/2009, no Brasília e Região *Convention & Visitors Bureau* – BRC&VB⁴.

Durante a sua experiência no BRC&VB foi constatada a pré concepção contrária a eventos de caráter cultural – acompanhada, inclusive, de certo desinteresse por esses eventos, principalmente os musicais, pois segundo o BRC&VB, “não geram fluxo turístico para a cidade, apenas atendem a população local”⁵.

Além disso, a pesquisadora possui experiência pessoal de participação – como espectadora – nos eventos culturais, musicais, *shows* e festivais realizados não só em Brasília, como também no Brasil. Durante a sua participação pôde

³ Graduação em Turismo feita no Instituto de Ensino Superior de Brasília – IESB, de 2007 a 2010.

⁴ O BRC&VB é uma fundação de caráter privado, sem fins lucrativos, que visa divulgar Brasília como destino turístico, a partir do apoio a captação de eventos, usufruindo de estratégias de marketing. O trabalho do BRC&VB consiste no repasse de informações sobre Brasília, apresentação da infra-estrutura para eventos, apoio com material promocional institucional, elaboração de dossiê de avaliação para o evento, cartas de apoio de entidades governamentais e privadas. E, ainda, a viabilização de visitas de inspeção e de contatos com profissionais da área.

⁵ No período em que fui estagiária, a filosofia da direção naquele momento deixava a entender que os eventos de caráter cultural não geram fluxo turístico, sendo simplesmente uma forma de atender à população local. No entanto, em nenhum momento os vi tentando verificar se de fato era assim que acontecia, o que me leva a supor que essa forma de pensar não demonstrava nenhum conhecimento prévio. Portanto esse tipo de evento não recebia nenhum apoio institucional para a sua realização do BRC&VB.

observar um grande fluxo de pessoas de fora da cidade receptora que, ao se valerem de serviços locais como sistema de transporte, meios de hospedagem e de alimentação, estão utilizando elementos do turismo.

Diante do apresentado, este trabalho justifica-se pela contemporaneidade da temática, tendo em vista que os festivais de música surgiram na década de 60, e, ainda, a falta de registros sobre estes eventos. Ressalta-se que se trata atual, relevante e com realizações maiores e mais frequentes a cada ano.

Sendo assim, identificou-se a necessidade de um estudo sobre as experiências, motivações e perspectivas proporcionadas pelos festivais de música, de forma a iniciar os registros e publicações acerca do tema. Mas também, a necessidade de realizar um apanhado e registro da sua historicidade.

Deve ser pontuada, também, que os festivais possuem uma estreita relação com o turismo, principalmente ao se considerar os festivais internacionais. Relações estas que se devem não só pelo movimento milhares de pessoas para apreciá-los, como também pelos impactos socioculturais que resultam da realização destes eventos, agregando serviços, e, também, inserindo um atrativo no local.

Brito e Fontes (2002) apontam que a realização de eventos contribui para o desenvolvimento do turismo nas regiões, agregando valor com o atrativo e induzindo a utilização de equipamentos e serviços da região, que poderia estar ociosos devido à sazonalidade. Esta pesquisa tem a sua relevância ao analisar em que medida os festivais se revelam como um evento que enriquece a agenda local e induz o turismo na região que o abriga.

Por fim, este trabalho justifica-se pelo interesse pessoal da autora com relação à temática. Provocado não só pela presença como espectadora em muitos festivais e amante deste tipo de evento, como também como investigadora do turismo, do qual emerge uma profunda curiosidade sobre as relações, proximidades, semelhanças e complementaridade entre os festivais de música e o turismo, passíveis de observação nos eventos, entretanto sem muitos registros acadêmicos e aprofundados sobre o tema.

1. A EVOLUÇÃO DOS FESTIVAIS AO LONGO DA HISTÓRIA

Tendo em vista que o presente trabalho visa analisar os festivais enquanto encontros que proporcionam uma experiência, entende-se que o ponto de partida desta análise é a investigação de eventos ocorridos ao longo da história. Entretanto, para selecionar quais eventos se encaixariam no objeto de estudo é oportuno pontuar o que entende-se por festival.

Fléchet (2011) aponta que os festivais podem ser considerados como festas, ou seja, momentos coletivos que combinam arte, lazer e certa ideia de confraternização entre os presentes, envolvem um grande número de atores sociais.

Considerando que os festivais de música são o objeto de estudo central deste trabalho, será realizada uma discussão mais aprofundada a partir da conceituação de Fléchet e da discussão de outros autores (ALLEN et al, 2003, GERTZ, 1997; BRITO; FONTES, 2002) abordada no capítulo 4 “Festivais de música e o turismo”.

Entretanto, como o termo será utilizado no decorrer do trabalho, neste momento será apontada uma primeira conceituação apenas a título de esclarecimento, até que esta discussão seja efetuada. Sendo assim, no decorrer de este trabalho entende-se por festivais, um evento de grande magnitude que proporcione uma experiência de ruptura do cotidiano, que ofereça entretenimento aos seus participantes em geral com a duração de mais de um dia. Entretanto, ao se tratar de festivais de música, acrescenta-se o elemento musical, ou seja, a presença de artistas musicais como atração principal.

Esse capítulo contempla a apresentação e reflexão a cerca das celebrações ocorridas ao longo da história, organizadas por períodos históricos, considerando que a evolução destas celebrações pode chegar ao que hoje se conhece como festivais.

1.1 IDADE ANTIGA

O primeiro período histórico que se tem registro é a Idade Antiga, tendo em vista que a história se inicia com o registro da escrita. Sendo assim, inicia-se a busca pelo objeto de estudo, festivais, neste período histórico onde se tem registros dos acontecimentos.

O que se quer explorar dessas civilizações são seus costumes, práticas e culturas que de alguma forma evoluíram para chegar ao que hoje é conhecido como eventos.

A Antiguidade Clássica ou Idade Antiga é o período compreendido entre a invenção da escrita, aproximadamente 4000 a.C, e a queda do Império Romano do Ocidente, no ano de 453 d.C. Ao adentrar o estudo da Antiguidade Clássica ou Idade Antiga, é bastante comum ouvir dizer que esse período histórico é marcado pelo surgimento das primeiras civilizações. No entanto, ao utilizar a expressão “civilização” não se coloca os povos dessa época em uma condição superior se comparados às outras culturas do mesmo período, ou período anterior (PINTO, 2003; SILVA, 2013; SOUZA, 2013).

O surgimento das primeiras civilizações demarca a existência de uma série de características específicas, pautadas na existência de instituições políticas complexas, uma hierarquia social diversificada e de outros sistemas e convenções que se aplicam a população.

Não se pode apontar uma localidade específica onde encontra-se a formação das primeiras civilizações da história. O processo de fixação e desenvolvimento das relações sociais aconteceu simultaneamente em várias regiões e foi marcado pelo contato entre civilizações, bem como a incorporação de duas ou mais culturas na formação de outra civilização (PINTO, 2003; SILVA, 2013; SOUZA, 2013).

Em se tratando do Mundo Oriental, pode-se assinalar o desenvolvimento das milenares civilizações chinesa e indiana. Partindo mais a Oeste, localizam-se a formação da civilização egípcia e dos vários povos que dominaram a região Mesopotâmica, localizada nas proximidades dos rios Tigre e Eufrates. Também conhecidas como civilizações hidráulicas, essas culturas agruparam largas

populações que sobreviviam da exploração das águas e terras férteis presentes na beira dos rios (SILVA, 2013).

Na parte ocidental do planeta, costuma-se dar amplo destaque ao surgimento da civilização greco-romana. O prestígio dado aos gregos e romanos justifica-se pela forte e notável influência que estes povos tiveram na formação dos vários conceitos, instituições e costumes que permeiam o Ocidente como um todo. Contudo, não se pode deixar de dar o devido destaque aos maias, astecas, incas e olmecas que surgiram no continente americano (PINTO, 2003; SILVA, 2013; SOUZA, 2013).

Os grandes banquetes realizados pelas civilizações Gregas e Romanas foram identificados como um objeto de estudo potencial. Segundo Strong (2004, p. 14), “desde o início, o ato de comer em conjunto transformou uma função corporal necessária em algo muito mais significativo, um evento social”.

Este convívio, tanto para os romanos como para os gregos, era visto como uma das pedras angulares da civilização. Os convidados que se reuniam à mesa poderiam ser um veículo para agregação e unidade social. No entanto, também poderia encorajar distinções sociais, ao separar as pessoas em categorias e colocá-las aos seus lugares, ou até mesmo excluí-las (STRONG, 2004; MENDES; BORGES, 2008).

No Antigo Egito os banquetes eram considerados um importante ritual social. As pinturas encontradas nas paredes dos túmulos e sítios arqueológicos podem demonstrar isso. Nessas pinturas, pode-se observar convidados oferecendo flores, provavelmente ao anfitrião ao chegar ao banquete, a comida servida em procissão, muitos servos, música e dança (VINCENTINO; DORIGO, 2001).

Strong (2004, p.16) afirma que “o banquete, mesmo naqueles tempos remotos, já era uma experiência estética que ia muito além do mero consumo da comida, abarcando a elegância da roupa, tipos de condutas, cerimonial e todas as formas de entretenimento teatral”.

Todos esses aspectos influenciaram a Grécia, que se tornou uma importante civilização. Como é relatado na *Ilíada* e na *Odisséia* (apud Strong, 2004, p. 16):

Quanto a mim, digo que não existe alegria mais completa do que o povo tomando contentamento, e os comensais nos salões, sentados na ordem estabelecida, escutando um menestrel, à sua frente as mesas supridas com pão e carne, o vinho despejando nos vasos e servidos nos copos em várias rodadas. Isso parece, para meu espírito, a mais bela coisa existente.

Nessa citação tem-se a presença de todos os elementos do banquete cerimonial: música e canto, lugares determinados de acordo com o status e o papel das atrações. Elementos estes que podem ser transpostos e ao observar profundamente os festivais, alguns deles tem presença muito marcante, como é o caso da música, os lugares determinados de acordo com o status (camarotes, e áreas VIP) e a música como elemento central.

Vale ressaltar que, segundo Strong (2004), a gastronomia grega desenvolveu-se a partir da prática do sacrifício. A carne era relativamente escassa e disponível principalmente após o sacrifício de um animal doméstico aos deuses. Pontua-se também, que toda alimentação formal dos gregos eram exclusivamente para os homens, sendo que meninos mais velhos poderiam participar, desde que sentados no divã dos pais ou de um amigo.

Ainda segundo o mesmo autor, na Grécia antiga, comer e beber em conjunto eram expressões de igualdade. Na fase oligárquica e na democrática, as cidades gregas eram governadas por círculos maiores ou menores, compostos exclusivamente por cidadãos masculinos. Dentro da estrutura de poder, o banquete cívico surgiu como uma expressão comunitária de unidade entre os cidadãos das polis.

Os grandes banquetes tinham como elemento central um sacrifício feito para os Deuses, e só então a carne era dividida entre os cidadãos, cozida e comida em conjunto. A admissão no banquete garantia a cidadania, embora a festividade assumisse a natureza de uma liturgia do Estado, Strong (2004) aponta que era extremamente agradável para os que participavam. Os banquetes cívicos eram vistos como uma necessidade, um meio de sustentação da ordem política da cidade-estado.

Na sociedade romana do primeiro século, os jantares de gala eram um acontecimento determinante para a sociedade. Em meados do primeiro século esta refeição já havia alcançado um alto nível de rituais e artifícios. Os eventos eram

antecedidos por visitas aos banhos, para lavagens de pés e mãos, e exigiam vestir roupas especiais (MENDES; BORGES, 2008).

Para a realização dos grandes banquetes, os convivas⁶ levavam seus servos e se instalavam em sofás em uma certa ordem que denotava seu status. Strong (2004 p. 14) conta que:

A refeição dividida em três partes parecia um espetáculo teatral, com músicos e um grande elenco de servos cantando em coro enquanto serviam, lavando mãos e pés, cortando as unhas dos pés dos convivas e distribuindo guirlandas. [...] Era também programado espantar os convivas com surpresas constantes, como o porco recheado de salsichas e morcelas. Além de espetáculos de cantores, dançarinos, acrobatas e atores. [...] Em suma, essa refeição era a epítome das aspirações de uma época e um alvo perfeito para a sátira, ao expor sua vacuidade.

Como apontado na citação anterior, os banquetes romanos ultrapassavam a necessidade humana da alimentação e atingia níveis de interação, podendo ser considerados como um evento da alta sociedade romana, em que os servos participavam apenas como atores do “espetáculo teatral”.

Ressalta-se a necessidade de interação, de surpresa e de inovação durante a refeição para entreter os convivas com o intuito não só de servir a refeição, mas também de impressionar os convidados com atrações diferenciadas a cada encontro.

Ao narrar uma passagem de *Cena Trimalchionis*, que apareceu em uma sátira do século I, *Satyricon* de Petrónio (apud STRONG 2004, p. 11), observa-se quão inusitada poderiam ser as “atrações” do jantar:

Escravos trazem uma grande travessa com uma cesta contendo uma galinha de madeira com as asas estendidas, no ato de pôr ovos. Ao som ensurdecedor da música os escravos pegam na palha, debaixo da galinha, grandes ovos pesando 250 gramas, feitas de farinha de trigo e fritos em óleo. Os ovos são distribuídos entre os convidados que, ao abri-los, encontram passarinhos enrolados em gema de ovo temperada.

Em se tratando do calendário Romano, Mendes e Borges (2008) apontam que podem ser distinguidos três calendários: o calendário natural, marcado pelas estações que determinam o ciclo da agricultura e pelo movimento dos astros (sol e

⁶ Convivas - Pessoa que toma parte num banquete. Cada uma das pessoas que comem juntas; comensal. Convidado. (Dicionário Michaelis Online).

lua); o calendário civil, que indica o nome dos meses, a ordem dos dias e das fases da lua; mas também o calendário religioso, que determina as festas e demais rituais de cada mês.

Ressalta-se que, segundo os mesmos autores, os calendários são a forma de regramento da vida em sociedade, funcionam como unidades de referência e significação da cultura de um povo. Destaca-se a importância das festas, dos cultos aos deuses e seus festivais para os romanos. Observa-se ainda que os calendários foram constantemente enriquecidos pois novos encontros festivos eram introduzidos em Roma para celebrar os novos deus.

Na tradição romana, o ano cívico começava no mês de março, com festas realizadas de 1 a 24 de março, em honra a *Ana Perenna* (deusa do retorno dos anos) e a Marte, cujo objetivo era a purificação das armas, dos escudos, das trombetas e da celebração do tempo renovado. O ano terminava no mês de outubro, quando era encerrado o ano militar, com vários festivais em honra a Marte. (MENDES; BORGES, 2008, p. 84.)

Mendes e Borges (2008) definem as festas romanas como atividades rituais que englobavam o lúdico e a fantasia, da relação entre o passado, presente e o futuro, durante o qual os homens se comunicavam com os deuses. E ainda, que essas festas podem ser organizadas de acordo com o caráter dos seus ritos, havendo assim o ciclo guerreiro (reuniria festas de cunho militar – celebração da abertura do ano guerreiro, cerimônias de purificação das armas e limpeza dos escudos, dentre outras); o ciclo civil (agruparia festas de cunho cívico); e o ciclo de purificação (alocadas principalmente no mês de fevereiro, remete a purificação da sociedade e ao mundo dos mortos).

Como exemplo de um festival romano, Mendes e Borges (2008) apresentam a festa denominada *Lupercalia*, comemorada no dia 15 de fevereiro realizada em honra a três divindades: *Lupercus*⁷, *Faunus*⁸ e Marte⁹.

⁷ Lupercus: Deus dos pastores e do rebanho

⁸ Faunus: Deus rústico, descendente de fauno que habitava campos, bosques e florestas na Itália, é o deus da agricultura, conhecido pelos gregos como Pã.

⁹ Marte: deus da guerra, no entanto inicialmente foi conhecido como deus da agricultura e guardião dos campos e limites. Posteriormente foi identificado como o deus grego Ares, assumindo o epíteto de deus da guerra.

Para o início das festividades os lupercos, jovens sacerdotes provenientes de famílias nobres, se reuniam na caverna do Lupercal (localizada no Palatino, uma das sete colinas de Roma), sacrificavam um cachorro ou uma cabra e ofereciam bolos sagrados. Em seguida, vestidos com uma tanga feita com a pele dos animais sacrificados, sendo untados com o sangue desses animais, comiam, bebiam e encarnavam a condição de homens-lobo. Praticamente nus, corriam pelas ruas de Roma, batendo com uma tira de pele de bode nas mulheres que encontrassem, para torná-las férteis (MENDES; BORGES, 2008).

A festa simbolizava a purificação que deveria acontecer em Roma ao fim do ano. Acreditava-se que essa cerimônia servia para espantar os maus espíritos e para purificar a cidade, assim como para libertar a saúde e a fertilidade das pessoas açoitadas pelos lupercos. Esse ritual está ligado às narrativas relativas a Rômulo e Remo¹⁰, os quais foram os primeiros lupercos (MENDES; BORGES, 2008).

Os autores Mendes e Borges (2008) pontuam que o período da festa era considerado como um momento de ilusão, de diversão, de inversão e de suspensão da ordem social, em que todos participavam. No entanto, o final da festa marcava o retorno a normalidade. Portanto, as *Lupercalia*s simbolizavam a afirmação e a reafirmação do fim da selvageria, barbárie e o início da dimensão política dos homens organizados como cidadãos e sob a proteção de Júpiter¹¹.

Sendo assim, pode-se entender os encontros festivos romanos como rituais pátrios fundados na possibilidade de dramatizar coletivamente valores globais, críticos e abrangentes da sociedade, tendo em vista que cada festival estava orientado para uma esfera da vida pública ou da vida privada dos cidadãos romanos.

Observa-se, ainda, que os festivais romanos expressavam uma identidade abrangente, pela forma como representavam os aspectos da realidade social (relações de poder, relações sociais, trabalho, guerra, sexo, vida, morte, homem, natureza, dentre outros).

¹⁰ Dois irmãos gêmeos da mitologia romana. Rômulo foi o fundador da cidade de Roma e o seu primeiro rei.

¹¹ Júpiter: Deus do dia, e maior dos deuses. Conhecido pelos gregos como Zeus.

Os festivais romanos podem ser considerados como uma fala, através da linguagem das imagens e da sucessão dos eventos, que integram uma memória que congregam passado, presente e futuro da realidade romana.

Ademais, os momentos lúdicos, informais, de suspensão da ordem, ao lado daqueles formais, comandados pelas normas rígidas, coerção corporal, comportamental e verbal, estimulavam a objetivação e o aprendizado de regras comportamentais, práticas sociais que regulam a vida coletiva. Ou seja, durante os festivais eram emitidas mensagens a serem reproduzidas e transmitidas de geração em geração, que reforçavam em cada cidadão a estrutura normativa da sociedade (MENDES; BORGES, 2008; LESSA, 2008).

Mas não foi somente no período grego e romano em que ocorreram grandes eventos sociais. No segundo milênio antes de Cristo, partilhar comida e vinho era um costume estabelecido entre os babilônios. Strong (2004) aponta que os monarcas mesopotâmicos produziam banquetes estupendos para acontecimentos importantes, tais como uma vitória militar, a inauguração de um novo palácio ou templo, a chegada de uma embaixada.

Strong (2004) aponta que o rei Assurnaripal II (883 – 859 a.C) inaugurou seu novo palácio com uma festa que durou dez dias para aproximadamente 69.574 convidados.

Eventos desse porte tinham um papel importante na política dinástica. As provisões consumidas demonstravam aos presentes que o soberano poderia dispor de tributos do vasto domínio persa. As comidas e bebidas trazidas de regiões remotas enfatizavam a prepotência do governo (STRONG, 2004).

Outra característica desses espetáculos é que os representantes de domínios reais que desejavam bajular o rei enviavam iguarias para tentar o paladar real e o apetite dos convidados poderosos.

Strong (2004), afirma que nessa ocasião a etiqueta era algo sofisticado. O rei deitava-se à parte em um divã com a rainha por perto e os convidados eram dispostos em grupos de acordo com o seu status. Havia, também, o ritual de lavagem das mãos, em que os convivas recebiam um frasco de óleo perfumado que se untava no começo e no fim da refeição. Eram servidas carnes cozidas e

grelhadas em fatias de pão, seguidas por sobremesa de frutas e tortas adoçadas. Havia, ainda, música, canto, malabaristas, palhaços, lutadores e atores.

Outra festividade que merece destaque na Idade Antiga são os Antigos Jogos Gregos, atualmente conhecidos como Olimpíadas. Assim como os grandes banquetes, as práticas esportivas proporcionam espaços de coesão social, primando tanto pela ética, como pela estética (VICENTINO; DORIGO, 2001).

Os gregos antigos, segundo Lessa (2008), consideravam o exercício físico como um meio de conservar a saúde e de se reencontrar. Aficionados pelos jogos e pelos concursos, eles criaram os enfrentamentos competitivos em estádios para satisfazer seus gostos pelas lutas e da rivalidade.

Todt (2001, p. 217) afirma que, o que poucos sabem é que por trás do que se tornou o maior evento esportivo do planeta “existe uma filosofia secular de busca pela integração dos povos, solidariedade, paz e, principalmente, educação do homem através do esporte”. Isto porque a movimentação dos atletas e espectadores dos jogos olímpicos gerava um ambiente propício para a difusão da arte, de ideais filosóficos e para o comércio, o que deu mais força aos eventos olímpicos, mas também o converteu em uma festividade cultural e de entretenimento.

Lessa (2008) pontua que o esporte proporciona uma descarga de energia que em geral é contida pelo processo civilizatório. É uma atividade substitutiva para a guerra, diverte, dá prazer, ensina obediência a regras, fortalece e disciplina o corpo, mas também serve para construir identidades pessoais, locais ou nacionais e ainda, observa que o esporte é um espetáculo.

Vale ressaltar, também, que a prática de esportes sempre esteve relacionada à dinâmica da sociedade, constituindo-se como um dos principais meios de socialização. Os encontros festivos esportivos fazem possível a reunião de um número elevado de cidadãos, possibilitando a exposição de ideias, a realização de discursos e a interação social.

Pode-se dizer também que:

o espírito competitivo dos jogos gregos era uma contrapartida da arte da guerra e tinha uma grande profundidade espiritual e religiosa, enquanto que hoje tem um caráter “producionista” e uma forte raiz política. [...] Hoje em dia, a chama olímpica

se converteu em um símbolo da união dos povos, tal qual ocorria 12 séculos atrás. Mesmo que possa parecer utópico em nossa época, a força de certos ideais permanece vivo dentro de cada um de nós. (TODT, 2001 p. 218).

Todt (2001) afirma ainda que os Jogos Olímpicos eram os mais antigos jogos gregos. Imagina-se que foram criados em 776 a.C. A princípio pode ter sido um hábito exclusivamente do Peloponeso¹², mas por volta dos século VI, os visitantes e participantes dos jogos olímpicos já vinham de longe, inclusive os juízes.

Cartledge, (apud TODT 2001, p. 218) ressalta que “Parece que a popularidade dessas competições atléticas foi um fator crucial para que emergisse uma identidade coletiva entre os helenos no período arcaico”. Observa-se, por meio desta afirmação, que este encontro festivo desportivo consistia em criar a consciência de pertencer.

Vale ressaltar que o Dicionário Michaelis aponta que pertencer significa fazer parte, crescer. Assim como os Jogos Olímpicos, com o seu encontro festivo, propiciava a consciência de pertencer, identifica-se este elemento nos festivais de música. Isto considerando que se cria uma “comunidade” entre os participantes assíduos de festivais, na qual eles sentem que fazem parte do festival.

A partir daí, surge, também, a questão de ser ator, um elemento importante para que a festividade ocorra, pois assim como nas festividades esportivas, os participantes, principalmente atletas, são os atores do evento. Enquanto que nos festivais de musica os participantes, em alguns casos, se consideram como atores do seu festival, como será estudado mais adiante.

O mesmo autor pontua que essa consciência era não só de pertencer a uma só raça, mas também de falar uma língua comum, crer nos mesmos deuses. Pois independente da concepção dos Jogos eles contribuía para a unificação e difusão da cultura helênica.

Ainda segundo Todt (2001), a origem dos jogos e espetáculos atléticos remontam ao terceiro milênio a.C. O mito da criação dos Jogos Olímpicos sugere, ainda, que a corrida de carruagens sempre desempenharam um papel importante.

¹² O Peloponeso é uma extensa península no sul da Grécia, separada do continente pelo Istmo de Corinto.

Multidões acorriam a Olimpíada, acampando nos bosques próximos ao santuário. Cada cidade mandava suas delegações com tesouros para as divindades.

A duração dos jogos era de cinco dias e começavam e terminavam com festivais em honra aos deuses. Os participantes e espectadores ficavam em tendas instaladas ao redor da área esportiva. Durante os jogos realizavam-se festivais, músicas e discussões. A abrangência dos festivais extrapolava o campo esportivo. Olímpia foi o local de encontro não só dos atletas mais destacados do mundo grego como também de filósofos, retóricos, historiadores e letrados, que encontravam ambiente adequado para a exposição de seus ideias e doutrinas. Era também ocasião para a realização de sacrifícios para os deuses nos seus altares existentes no Santuário de Olímpia (TODT, 2001, p. 219).

A afirmação acima apresenta importantes informações para a construção do objeto de estudo desta pesquisa. Tendo em vista que desde aquela época os eventos desportivos já eram vistos como eventos festivos devido à sua abrangência e magnitude. A motivação principal era o esporte, entretanto muitos acompanhavam como espectadores e outros, para se aproveitar da oportunidade de difundir seus ideais e conhecimentos.

Ressalta-se à execução, durante os jogos olímpicos, de outras festividades, de música e de discussões, proporcionando aos participantes e espectadores mais atrações, oportunidades de interação e experiências diferenciadas. Entretanto, observa-se claramente a religião e o culto aos deuses, marcante da cultura grega.

Todt (2001) enriquece ainda mais os estudos ao pontuar que outros festivais esportivos eram realizados na Antiga Grécia, porém nenhum deles poderiam igualar-se às dimensões e celebridade dos Jogos de Olímpia “realizado de quatro em quatro anos nos meses de Agosto e Setembro (época das colheitas) e no período em que decorriam eram feitos acordos de paz – a Trégua (todas as hostilidades entre as cidades relacionadas com as provas eram interrompidas durante a realização dos Jogos).”

Essa afirmação é carregada de significado, pois se durante os Jogos até as atividades bélicas eram suspensas e toda a atenção política se voltava para a realização do festival. Tem-se aí um pequeno exemplo da sua magnitude, do poder e da influência que esse evento possuía aos povos daquela época. Povos caracteristicamente guerreiros, mas que por cinco dias aboliam suas estratégias militares em prol da realização do festival esportivo.

Estes foram os eventos festivos identificados no primeiro período histórico – Idade Antiga. No próximo item serão abordados as celebrações e festividades ocorridas na Idade Média.

1.2 IDADE MÉDIA

O período da Idade Média, também chamado de era medieval, é tradicionalmente delimitado com ênfase nos eventos políticos. Nesses termos, ele se inicia com a desintegração do Império Romano do Ocidente, no século V, e termina com o fim do Império Romano do Oriente, também chamado de Império Bizantino com a Queda de Constantinopla, no século XV. A chegada dos europeus à América é outro elemento histórico que encerra a era medieval. (PINTO 2013; VICENTINO; DORIGO, 2001).

Entre esses marcos políticos, passaram-se cerca de mil anos. Foi um tempo em que os europeus viveram em sua maioria no campo, restritos a propriedades que buscavam sua auto-suficiência (VICENTINO; DORIGO, 2001).

Pinto (2013) e Vicentino e Dorigo (2001), apontam que a sociedade era rigidamente hierarquizada e marcada pela fé em Deus e pelo controle da Igreja católica, a instituição mais poderosa de toda a Idade Média. O poder político era descentralizado, isto é, estava nas mãos de inúmeros senhores da terra.

Gasparetto (2013) ressalta que na Idade Média, a Igreja Católica aumentou significativamente seu poder e a capacidade de influência sobre a população. É neste período da história que a instituição tem mais poder e por isso condiciona o cotidiano de todas as relações. A soberania da Igreja interfere nas Artes, na Arquitetura, na Política, na Cultura, na Filosofia, nas guerras, além, claro, das questões religiosas.

Sousa (2013) aponta que a educação era para poucos, pois só os filhos dos nobres estudavam. Esta era marcada pela influência da Igreja, ensinando o latim, doutrinas religiosas e táticas de guerras. Grande parte da população medieval era analfabeta e não tinha acesso aos livros.

Os autores em suas narrativas mostram que a arte medieval também era fortemente marcada pela religiosidade da época. As pinturas retratavam passagens

da Bíblia e ensinamentos religiosos. As pinturas medievais e os vitrais das igrejas eram formas de ensinar à população um pouco mais sobre a religião.

Pode-se dizer que, no geral, a cultura medieval foi fortemente influenciada pela igreja católica.

Por essas características, os estudiosos acabaram chamando esse momento de Idade das Trevas. Eles acreditavam que o mundo medieval tinha soterrado o conhecimento produzido pelos gregos e romanos.

A Idade Média, por sua vez, deu pouca importância aos eventos de promoção de encontro social, sendo que dois tipos deles marcaram aquela época: os de caráter religioso: concílios e representações teatrais, tendo como público os membros do clero; e os de caráter comercial: feiras, que tinham como público os mercadores (SOUSA, 2013; VICENTINO; DORIGO, 2001).

Sousa (2013, p. s/n) aponta que “a organização social da Idade Média era encarada como um desígnio divino que deveria ser passivamente seguido por todos os cristãos. Ir contra as desigualdades e a exploração dessa época significava afrontar uma harmonia proveniente dos céus”.

Rapouso (2008, p s/n) mostra que os concílios, nome que se dá até hoje à reunião eclesiástica, era a reunião de membros do clero com o objetivo de estudar, debater e discutir temas relacionados à doutrina e aos dogmas da Igreja Católica.

Acredita-se que o costume dos Concílios remonta às reuniões ocorridas ainda na Idade Antiga, por volta do ano 50 d.C., a partir de pequenos grupos supostamente conduzidos pelos Apóstolos, onde eram discutidos assuntos relacionados à observância das leis judias, bem como o ensinamento da então nova religião cristã. Porém, tais reuniões, longe de representarem uma instituição formalmente constituída, possuíam um caráter bem privado, sem consequências diretas de grande relevância. (RAPOUSO, 2008, p. s/n)

Sendo os concílios encontros ocorridos pela supervisão da igreja e não se representando uma reunião formalmente constituída, entende-se que apesar de ser um momento de encontro, ele tinha como objetivo deliberar assuntos sobre a doutrina eclesiástica, e não proporcionar uma experiência aos participantes envolvidos, e por esses motivos, encerra-se a abordagem analítica acerca dos concílios, tendo em vista o foco objeto de estudo deste trabalho.

Entretanto, na Idade Média as representações teatrais, que deram origem ao teatro atual, foram produzidas visando quebrar a monotonia dos rituais da missa. O tema central das apresentações eram as cenas de Natal, da Paixão, da Ressurreição de Cristo e da vida dos Santos. Isto ocorria, pois percebe-se que a encenação de uma passagem bíblica facilitava a compreensão do público. (AGUIAR, 2013 e VICENTINO; DORIGO, 2001).

Entretanto, com o passar do tempo o público teatral aumentou e as encenações exigiram que as representações fossem feitas em locais maiores, passando então a ser utilizada a frente das igrejas ou um palco construído para tal fim. (AGUIAR, 2013).

Segundo a mesma autora, a partir daí evoluiu o teatro, pois os espetáculos litúrgicos passaram a se chamar mistérios, e aos poucos observa-se que os temas teatrais começam a se desligar dos aspectos religiosos e tornando o enredo mais temporal.

Aguiar (2013) recorda que no período medieval não existiam casas de espetáculos ou teatros, portanto era confeccionado um palco provisório e se espalhavam bancos nas praças para que o povo pudesse assistir. Para os nobres, eram construídos e ornamentados camarotes.

As informações trazidas pela autora mostram que aos poucos o espaço com domínio da igreja foi se tornando um espaço de diversão e lazer para a população, um espaço de “liberdade” dentro dos moldes da igreja, onde se vivia um momento lúdico e era gerada uma experiência.

Transpondo os conceitos e levando em conta as proporções dos momentos, observa-se que as representações teatrais na Idade Média, foram uma forma tímida de um festival ocorrido durante este período. Pois era um momento onde se proporcionava uma experiência diferenciada da rotineira ao público, onde existia uma separação entre o público geral e a nobreza, mas era apresentado para ambos a mesma obra e proporcionava a eles a possibilidade do convívio e do momento lúdico.

Ainda em se tratando dos encontros festivos que aconteceram na Idade Média e podem chegar ao que hoje conhecemos como festivais, estão as grandes feiras comerciais.

Carvalho (2013) aponta que a partir do renascimento comercial e urbano no século XI, começou uma transformação na vida social, na paisagem urbana e na economia europeia. O artesanato se constituiu como principal meio de produção de mercadorias.

O autor apresenta os mercadores como os principais responsáveis pelas atividades comerciais, deslocavam-se de uma região para outra e negociando suas mercadorias. Inclusive, foram eles que exerceram inicialmente as atividades bancárias.

As feiras foram os eventos mais importantes da Idade Média e tinham o mesmo conceito das atuais – a exposição de produtos cultivados ou manufaturados pelos mercadores, visando a conquista de clientes. A feira mais antiga data de 427, em Champagne, França. As principais feiras ficavam nas regiões de Champagne na França, Genova e Veneza, na atual Itália e em Flanders, atual Bélgica (CARVALHO, 2013).

A princípio as feiras exerciam atividades comerciais locais, mas com o decorrer do tempo elas se tornaram amplos espaços de negócios, realizando a comercialização e recebendo mercadores de diversas regiões da Europa, África e Ásia (CARVALHO, 2013).

Dentro da história do turismo e do deslocamento de pessoas, as feiras da Idade Média são um marco. No que se refere ao objeto de estudo deste trabalho, segundo as narrativas dos autores, as feiras eram espaços com menos influência da igreja. Eram voltados diretamente para o comércio, mas marcadas pelo deslocamento de pessoas com a intenção de venda e compra, que proporcionavam aos mercadores e moradores desta cidade um espaço amplo de troca de informações e cultura.

Diferente do período histórico anterior, os séculos ditos como obscuros promoveram mudanças também de hábitos alimentares. Já que a cultura não se

baseava na agricultura, como os romanos, mas na exploração de recursos naturais, gado e caça. Ao mesmo tempo em que a comida tornou-se cada vez mais ligada a hierarquia (STRONG, 2004).

Embora os alimentos estivessem intimamente conectados à crença religiosa nas culturas grega e romana, em caso algum a religião tentou controlar quando e o que as pessoas comiam. Do tempo de Homero até a suspensão cristã do sacrifício pagão no final do Império, o papel da comida na adoração e nos festejos a ela associados permaneceu basicamente o mesmo [...] Com a conversão do imperador Constantino em 312, quando o cristianismo tornou-se a religião oficial do Império Romano, tudo isso foi condenado a mudar. [...] O cristianismo herdou da tradição judaica a prática de regular o que e quando as pessoas comiam. Juntamente com o sexo, a comida tornou-se sujeita a regras determinadas por Deus e, portanto, uma questão de conduta ética. (STRONG, 2004 pg. 48 e 49.)

Com isso, a realização de grandes banquetes e de festas deixou de acontecer, pois agora eram os dogmas católicos que regulamentava as interações sociais. Somente com a aprovação da igreja era que podiam haver reuniões e congregações de pessoas. Entretanto, os hábitos, objetivos e as intenções já não eram as praticadas pelos gregos e romanos durante seus banquetes.

Constata-se, assim, que a Idade Média foi muito importante no que tange à cultura, educação e costumes das civilizações, através dos dogmas da igreja. Mas no que se refere aos aspectos de interação e diversão, as extravagâncias foram reduzidas, e assim, reduz também a possibilidade de criar um ambiente em prol da diversão e do prazer pelo prazer, um ambiente para o convívio, para o inusitado, para a satisfação do homem.

Diante do exposto, não foi identificado ao longo dos relatos dos historiadores a manifestação de práticas culturais similares, ou que poderiam evoluir, ao que entendemos como festivais. Entretanto, foram apresentadas algumas manifestações culturais e sociais medievais que se remetem aos festivais, como os concílios, os espetáculos teatrais e as feiras.

1.3 IDADE MODERNA

A Idade Moderna, segundo Gasparetto (2013), compreende o período iniciado em 1473, com a tomada de Constantinopla pelos turcos otomandos e vai até à Revolução Francesa, ocorrida em 1789.

O autor ressalta que a Idade Moderna representou uma época de diversificação dos costumes e das tradições medievais. Ao final da Idade Média começaram a surgir inovações, começou a crescer o comércio por meio das feiras e das cruzadas. Com o fortalecimento do comércio, nasce uma classe social, os burgueses, que seriam os responsáveis pelas principais alterações sociais ocorridas na Era Moderna. (GASPARETTO, 2013).

A Era Moderna se destaca: pela ocorrência das grandes navegações, que romperam as barreiras físicas do planeta, com a descoberta de novos continentes e ampliaram os horizontes comerciais; pelo Renascimento, movimento cultural que inspirada pelos valores da antiguidade e passou a representar o apogeu cultural da humanidade até então; pela Reforma Protestante que deixou em posição desfavorável a soberania religiosa da Igreja Católica; e pelo absolutismo, que marcou o período com grandes reis (VICENTINO; DORIGO, 2001; GASPARETTO, 2013).

Gasparetto (2013) pontua que a Idade Moderna foi um período de retonada de valores culturais e de grande ampliação da cultura.

A expansão marítima europeia reforçou o fenômeno das feiras, apresentado na Idade Média. Mas na era moderna as feiras tiveram seus lugares diversificados, saindo do mar mediterrâneo e se apropriando do Oceano Atlântico. As grandes feiras de mercadores passaram a se tornar lugares de encontros de diversas culturas, e a motivar as pessoas a se deslocarem em busca de informação e comércio. Agora com proporções maiores do que as da Idade Média, se tornando verdadeiras organizações comerciais. (VICENTINO; DORIGO, 2001).

Em se tratando de turismo, Igarra (2003, p. 4) aponta que:

Com o fim do império romano, as viagens sofreram um grande decréscimo. Com a sociedade organizada em feudos autossuficientes, as viagens tornaram-se uma grande aventura pelo perigo que elas representavam. [...] As exceções, nessa época, eram as cruzadas. Grandes expedições eram organizadas para visitação de centros religiosos na Europa e para libertar Jerusalém do domínio dos  rabes. [...] Com o fim da Idade Média e o Advento do capitalismo comercial, as viagens foram se propagando.

Com esta afirmação o autor apresenta o turismo de acordo com o momento histórico. Como apresentado anteriormente, na antiguidade o turismo teve um grande avanço com os jogos olímpicos e com o comércio e este avanço tem um momento de estagnação parcial durante a Idade Média devido aos feudos e ao controle da Igreja Católica, mas ainda com a ocorrência das Cruzadas que representavam viagens. Na Era moderna, com o nascimento do capitalismo, o recorço do comércio e as suas novas rotas o turismo mais uma vez volta a se desenvolver.

Neste mesmo contexto de mudanças está o Renascimento Cultural, vivido na era moderna, que pode ser considerado como um movimento cultural laico, racional e científico, que se inspirou na cultura greco-romana rejeitando os valores da Idade Média. O elemento central do Renascimento foi o humanismo, ou seja, a valorização do ser humano. (VICENTINO; DORIGO, 2001).

Igarra (2003) aponta que no século XVII com o avanço do capitalismo o hábito de viajar para estações de águas expandiu-se nas classes mais favorecidas, composta pela realeza e pela burguesia. Incentivando a criação de SPAS inicialmente no interior do país e depois no litoral, que aos poucos deixaram de ter uma destinação exclusivamente para a saúde e passaram a serem utilizados para eventos sociais, bailes, jogos de azar e outras formas de entretenimento.

As informações fornecidas por Igarra (2003) remete à proliferação de eventos sociais, que passaram a estar cada vez mais presente na sociedade com o passar dos anos. Com uma burguesia fortalecida que buscava a sua inserção na sociedade, os eventos se tornaram o espaço ideal para este avanço. (VICENTINO; DORIGO, 2001).

Strong (2004) aponta que a partir da herança do final da Era Medieval, os banquetes na Idade Moderna se transformaram em um evento altamente elaborado, na qual a comida e o sabor não eram os elementos centrais durante a exagerada demonstração do luxo e da fartura e glorificação do anfitrião.

O hóspede devia ser ator-espectador num tipo particular de ritual, governado por regras específicas e com um único propósito: glorificar o anfitrião. Grandes acontecimentos, como a visita de um governante a outro ou um casamento dinástico, eram marcados primeiro pelo espetáculo público de uma parada triunfal, e depois pelo espetáculo privado de um banquete no palácio, programa que ainda

sobrevive na Grã-Bretanha de hoje. Inicialmente se mantinha a privacidade do banquete, mas aos poucos, à medida que se evidenciou o seu poder de impressionar, tornou-se costume admitir espectadores. (STRONG, 2004, p. 140).

Esta citação aponta não só para a grandiosidade dos banquetes, qualificado como “espetáculos privados”, mas também demonstra algumas situações em que ele era utilizado e evidencia o “poder” que se transmitia neste tipo de evento. Strong (2004) aponta que durante a Idade Moderna as festas eram pretexto para a exposição dos objetos valiosos de posse da família.

O autor ressalta ainda que, independente do tipo de festa, seus componentes eram constantes, iniciando pela seleção do local e sua decoração, que desejavam impressionar mais do que cumprir com a sua função. Seguido pela seleção do cardápio, em que o autor pontua que “o homem que prepara um banquete tem tanto a fazer quanto aquele que comanda um exército” (STRONG, 2004, p. 40), isto devido à diversidade de pratos e à quantidades exageradas de comida oferecida.

Além do resgate dos banquetes, na Era Moderna os Jogos Olímpicos também foram retomados, e com o passar dos anos congregavam maior quantidade de atletas e de público. Assim como na Antiguidade, na Era Moderna os jogos foram mais do que eventos esportivos, pois a sua realização atraía pessoas para determinados locais, o que gerava a movimentação de artistas, filósofos e mercadores. (TODT, 2001)

Durante a Idade Moderna não houve um grande avanço na execução de festivais, além da retomada dos eventos sociais, festas e bailes que de alguma forma proporcionavam aos seus participantes um momento de descontração, uma celebração que ocorria na Antiguidade. Entretanto, observa-se um grande avanço na atividade turística, em termos de deslocamento e centros comerciais, com infraestrutura para pernoites, alimentação e entretenimento.

1.4 IDADE CONTEMPORÂNEA

A Idade Contemporânea, também conhecida como Pós-Moderna, é o período em que vivemos atualmente. Gasparetto (2013) aponta que a Idade Contemporânea teve o seu início após a Revolução Francesa, em 1789.

O autor menciona que a Pós-Modernidade é marcada pela grande modificação nas estruturas sociais que dividiam a sociedade em escalas, como uma pirâmide, onde o Rei e a Nobreza estavam no topo, seguido pelo clero e depois os demais integrantes da sociedade, camponeses e burgueses. Entretanto, a burguesia já representava um importante grupo na ordem social (GASPARETTO, 2013).

O início da idade moderna é marcada pelo iluminismo que foi o movimento em reação ao absolutismo e contribuiu para grandes modificações. Este movimento defendia o uso da razão como melhor caminho para alcançar a autonomia, a liberdade. Do iluminismo surgiu, por exemplo, a ideia da criação de escolas, para que o povo tivesse conhecimento e ele não ficasse restrito somente à igreja. (PACIEVITCH, 2013; VICENTINO; DORIGO, 2001).

Beni (2007), aponta que a história das viagens se confundem com a própria história da humanidade, já que os deslocamentos acompanharam o desenvolvimento humano. Entretanto, ressalta que o Renascimento Europeu refletiu na melhoria da produtividade da agricultura, no crescimento das cidades, expansão do comércio e dos negócios, e, ainda, o florescimento das artes e da literatura, além da exploração global com a chegada à América. O que representou a quebra do domínio da religião e encorajou a busca pelo conhecimento, a satisfação pessoal e o desejo de conhecer o mundo.

O período contemporâneo caracteriza-se pela presença do capitalismo no cotidiano da humanidade. Devido a isso surgem inúmeras transformações nas sociedades, se consolidam as potências capitalistas e o incentivo ao consumo (GASPARETTO, 2013).

É durante este período que ocorrem as principais transformações do mundo, com o avanço da tecnologia de comunicações, de transporte, de armamentos, dentre muitas outras. Avanços estes que em alguns momentos geraram tensões mundiais e terminaram em guerras. (VICENTINO; DORIGO, 2001).

Igarra (2003) aponta que a era das ferrovias representou uma segunda etapa no desenvolvimento do turismo, sendo a primeira estabelecida com as grandes navegações na modernidade.

O período entre guerras se destaca no processo de desenvolvimento do turismo, pois com a paz temporariamente reestabelecida, a tecnologia desenvolvida para a guerra, se voltou para a humanidade, proporcionando facilidades nos deslocamentos e nas comunicações. (IGARRA, 2003).

Entretanto, é com o fim da segunda guerra mundial que o turismo toma força e se desenvolve plenamente. Os aviões desenvolvidos para o transporte na guerra perde utilidade e se torna um meio de transporte mais acessível à população. Com isso as distâncias são extremamente reduzidas, percursos que antes eram feitos em dias, com a utilização dos aviões passam a ser feitos em horas. (BENI, 2007; IGARRA, 2003; DIAS; AGUIAR, 2002).

O avanço dos meios de transporte impulsionou o turismo a se desenvolver, levando cada vez mais pessoas a lugares diferentes. Dentro deste contexto que se desenvolvem o turismo, e conseqüentemente os festivais de música. Por se tratar de um período histórico riquíssimo em manifestações culturais, se aterá ao objeto de estudo deste trabalho que será abordado detalhadamente no próximo capítulo.

2. CELEBRAÇÃO DOS FESTIVAIS DE MÚSICA: UM ESTUDO DA EVOLUÇÃO AO LONGO DOS ANOS

Como temática central deste trabalho estão os festivais de música. Já foi apresentada a evolução dos encontros festivos e um pouco do avanço do turismo até chegarem aos festivais. Neste capítulo a intenção é realizar um apanhado histórico dos principais festivais de música realizados ao longo dos anos, apontando aqueles de maior impacto e abrangência nos tempos atuais.

Fica a observação de que em sua maioria os festivais apresentados possuem como estilo musical o “rock” isso devido ao momento histórico que os primeiros festivais surgiram, e este ser o estilo estava em evidência. Entretanto, grande parte dos festivais de música possuem o “rótulo” de festivais de rock e em sua programação estão presente vários outros estilos musicais.

Fléchet (2011, pg. 258) aponta que:

Apesar de tornarem-se um verdadeiro fenômeno turístico-cultural no início do século XXI, os festivais ainda não foram estudados de maneira sistemática pelos historiadores e não existe nenhuma obra de síntese que permita entender o sucesso desse tipo de manifestação em várias partes do globo desde o final do século XIX.

Entretanto, constitui-se como um elemento importante para a compreensão do objeto de estudo e construção das análises propostas a busca por esta historicidade e a tentativa de compreender a origem e como os festivais de música se tornaram o fenômeno que é hoje.

Sendo assim, inspirada pelo artigo publicado pelo portal da UOL em sua seção dedicada ao entretenimento, foram apontados os 18 festivais de música que fizeram história (VEJA OS 18 FESTIVAIS QUE FIZERAM HISTÓRIA, 2010). Entretanto ao iniciar a busca por informações dos festivais houver algumas lacunas e alguns festivais não puderam ser abordados, como é o caso do Hollywood Rock realizado no Brasil em 1975 e o Coachella realizado na Califórnia de 2001. E, ainda, foram identificados outros festivais não contemplados pela lista que possuíram a sua relevância.

Sendo assim, foi realizado o esforço de contemplar os festivais de música que tiveram maior abrangência, inovação, aceitação pelo público e continuidade em

suas edições. Vale ressaltar que os festivais foram apresentados de forma cronológica, sem nenhuma distinção de relevância entre eles.

2.1 MONTEREY (EUA – CALIFORNIA, 1967)

O *Monterey Internacional Pop Festival*, realizado na Califórnia em junho de 1967, foi o primeiro festival internacional com duração de mais de um dia que se tem notícia, sendo assim considerado como o primeiro festival ao ar livre e um marco na história dos festivais. A autora Roberts (2007) aponta que o festival de Monterey foi o primeiro “*real rock festival*” e também a primeira vez que se apresentavam músicas consideradas “*underground*”.

A ideia de sua realização surgiu em uma noite de discussão na casa de um dos membros do *The Mamas and the Papas*, juntamente com *Paul McCartney*, *John* e *Michelle Phillips*, *Cass* e *Lou Adler*. Amigos discutiam música: o *Rock n’ Roll* e a sua relação com o *Jazz*. Com a percepção de que ambos os estilos nasceram nos Estados Unidos, entretanto o *Jazz* era pensado como uma forma de arte, enquanto que o *Rock n’ Roll* era visto como um modismo, uma tendência. (MONTEREY INTERNATIONAL POP FESTIVAL, 2013).

Durante essa reunião de amigo um deles havia participado do *Monterey Jazz Festival* em 1966, e ao comentar sobre o tema surgiu a ideia de realizar um festival de rock. Mais tarde naquela noite, *John* e *Lou* tinham decidido que dali a 6 semanas, deveria ser realizado o *Monterey Internacional Pop Festival* e que seria um evento de caridade, ou seja, sem fins lucrativos. O *Monterey Internacional Pop Festival*, (2013) aponta este momento histórico:

later that night actually three o’clock in the morning John and Lou had decided, influenced by some heavy California Dreamin’ that it should be a charitable event... [...] And with six weeks to go the Monterey International Pop Festival; a three-day non-profit event was about to become a reality.¹³

Foi acordado entre os organizadores que a programação do festival representaria todos os gêneros do passado recente, do presente e do futuro da

¹³ Tradução Livre: mais tarde naquela noite na verdade três horas da manhã John e Lou tinha decidido, influenciado por alguns fortes California Dreamin', [drink americano] que deveria ser um evento de caridade ... [...] E em seis semanas o Monterey Internacional Pop Festival, um evento de três dias sem fins lucrativos, estava prestes a se tornar uma realidade.

música contemporânea. E, ainda, que todos os atores seriam tratados da mesma maneira e com os mesmos luxos, viagens e acomodações de primeira classe. (MONTEREY INTERNETIONAL POP FESTIVAL, 2013).

A programação do festival contou com nomes como *Jimi Hendrix*, *The Byrds*, *The Mamas and the Papas*, *Janis Joplin*, *Jefferson Airplane*, *Eric Burdon & The Animals*, *Big Brother & The Holding Co*, dentre muitos outros que atraíram 200.000 pessoas. Conforme pode-se observar na Figura 2.1.

Roberts (2007) narra que as 200.000 pessoas que estiveram no festival estavam já aptos para a grande revolução da contra cultura iminente ocorrida no *Woodstock*, festival realizado 2 anos depois. Por essa razão, o festival de *Monterey* é visto como o precursor do *Woodstock*.

FESTIVAL SHOWTIME FILM RADIO FOUNDATION SHOP EXTRAS

JUNE 16 · 17 · 18 1967

FRIDAY / JUNE 16
 THE ASSOCIATION
 THE PAUPERS
 LOU RAWLS
 BEVERLY
 JOHNNY RIVERS
ERIC BURDON & THE ANIMALS
SIMON AND GARFUNKEL

SATURDAY / JUNE 17
Afternoon
 CANNED HEAT
BIG BROTHER & THE HOLDING CO.
 COUNTRY JOE & THE FISH
 AL KOOPER
THE BUTTERFIELD BLUES BAND
 QUICKSILVER MESSENGER SERVICE
 THE STEVE MILLER BAND
 THE ELECTRIC FLAG
Evening
 MOBY GRAPE
 HUGH MASEKELA
 THE BYRDS
 THE BUTTERFIELD BLUES BAND
 LAURA NYRO
JEFFERSON AIRPLANE
 BOOKER T & THE MG'S
OTIS REDDING

SUNDAY / JUNE 18
Afternoon
RAVI SHANKAR
Evening
 THE BLUES PROJECT
 BIG BROTHER & THE HOLDING COMPANY
 THE GROUP WITH NO NAME
 BUFFALO SPRINGFIELD
THE WHO
 THE GRATEFUL DEAD
THE JIMI HENDRIX EXPERIENCE
 SCOTT MCKENZIE
THE MAMAS AND THE PAPAS

PRICES

Orchestra Sections 1-2-5 ...	} Eve. Mat.	6.00 3.00
Side Box 101-143 & 100-142 ...		
Bleachers A-B-C-G-H-I ...		
Orchestra Sections 4-6 ...	} 0.00 4.00	185
Bleachers C-D-J-K-L Side Boxes 140- & 144-182 ...		
Orchestra Sections 7-8-9 ...	} 3.00 4.00	185
Rows A-P ...		
Bleachers E & L - Side boxes 185-199 & 184-198 ...		
Orchestra Sections 7-8-9 ...	} 3.00 3.00	185
Rows P-ZZ ...		
Bleachers F & M - Side Boxes 200-210 & 201-211 ...		

Figura 2.1: Programação do International Monterey Pop Festival.
 Fonte: Monterey International Pop Festival (2013)

O valor do ingresso de \$ 1,00 foi dispensado no espírito comunitário e grande parte dos presentes estavam participando pela primeira vez em um festival de música, conta a jornalista. Entretanto a Figura 2.2 apresenta o ingresso para entrar no festival. (ROBERTS, 2007).



Figura 2.2: Ingresso do Monterey Internacional Pop Festival
Fonte: Monterey International Pop Festival (2013)

O *Monterey Pop Festival* inicia a lista dos principais festivais de música por ser o precursor deste tipo de evento. A ideia da sua realização surgiu a partir de um festival de Jazz, entretanto porque não começar falando do festival de jazz como o precursor dos festivais de música? Porque os festivais de Jazz e Blues ocorridos nesta época eram realizados em ambientes fechados ou em praças. Eles possuíam uma proposta diferente de festival, na qual consistia em uma sequencia de shows musicais, sem uma ruptura com o cotidiano ou o afastamento dos lugares de rotina. Enquanto que o Monterey inova na sua proposta, sendo o primeiro festival ao ar livre.

2.2 WOODSTOCK (EUA, 1969)

Ao se falar dos grandes festivais de música realizados ao longo da história é inevitável não se deparar com o *Woodstock*. Este festival é visto como um marco, não só pelos fãs que estiveram presentes, mas também pela sociedade como uma manifestação pela paz e pela liberdade. Na figura 2.3 pode-se observar o público presente no evento.



Figura 2.3 - Público Woodstock em 1969
Fonte: Woodstock (2013)

Vale ressaltar, que o *Woodstock* só teve o impacto e a magnitude que o tornou um marco não só na era dos festivais, como também como um símbolo da contra cultura, por ele ter ocorrido no momento e ambiente propício para que a revolução cultural ocorresse. Imagina-se, que se o festival tivesse acontecido em outra conjuntura política e social, talvez não tivesse tido a representatividade e a adesão de tantos participantes.

Para compreender o *Woodstock Music & Art Fair*, seu nome original, popularmente conhecido como Festival de *Woodstock*, e os impactos gerados por ele, é necessário levar em conta o contexto histórico em que vivia os Estados Unidos, pois como comentado anteriormente o festival não teria o impacto que teve se tivesse ocorrido em outro momento. O que deu força e diferenciação para o festival foi à revolução cultural eminente do momento (MAURIZZO, 2009).

Almeida (2007) aponta que na década de 40 a expansão econômica como estratégia para a recuperação do país norte americano proporcionou uma série de transformações no mercado imobiliário, surgimento de modernas autoestradas, redes de supermercados, expansão do turismo, produção em série de eletrodomésticos, carros populares, televisões e vários outros bens de consumo, que criaram a ilusão de uma ascensão social da classe média. (ALMEIDA, 2007)

Segundo o mesmo autor, a imprensa preenchia o ambiente dos novos consumidores com os ideais do “*american way of life*”¹⁴, fazendo com que os interesses dos cidadãos americanos girassem em torno de aquisição de bens e uma ideologia definida pelas ambições de aquisições materiais.

Maruizzo (2009) pontua que no final da década de sessenta o país se defrontava com a segregação social e racial, com a revolução feminista e com a Guerra do Vietnã, no qual milhares de jovens perderam suas vidas.

Emiliano Rivello (apud Mariuzzo, 2009, p. 2) ressalta que

O festival é a base de um processo sociocultural que se desenrola por anos nessa sociedade de maneira conflituosa e se materializa ou tem seu desfecho metafóricamente na presença de um público ávido por mudanças estruturais. O rock'n roll adquire um grau de legitimidade que acaba por catalisar os ideais da contracultura, por meio de uma mensagem musical engajada e contestatória.

Na década de sessenta o *rock* era mais do que um estilo musical, era um modo de ver o mundo, uma atitude. No entanto, na década seguinte, na euforia de vendas da indústria cultural¹⁵, o *rock* foi se tornando mais um produto comercializável do que uma mensagem ideológica de protestos (MARIUZZO, 2009)

O festival aconteceu de quinze a dezessete de agosto de 1969, ao norte do estado de Nova York na cidade de *Bethel*, em uma propriedade rural de *Max Yasgur*, com aproximadamente 250 hectares. O intuito dos idealizadores e produtores do evento (*Artie Kornfeld, Michael Lang, John Roberts e Joel Rosenman*), era que o festival fosse um encontro que afirmasse a cultura hippie, celebrasse o amor e a paz e protestasse contra a Guerra do Vietnã, o que

¹⁴ Na década de 20 os Estados Unidos foram marcados pela prosperidade econômica atingida graças à evolução técnica, à organização do trabalho, ao desenvolvimento da indústria química, mecânica e elétrica, à concentração de empresas e ao consumismo acelerado e ao crescimento industrial. A expressão “*American way of life*” se refere ao suposto “Jeito de vida Americana”, foi desenvolvida na década de 20, amparada pelo bem estar econômico que vivenciava os Estados Unidos. O destaque deste estilo de vida está no consumismo materializado na compra exagerada de eletrodomésticos e veículos. (ALMEIDA, 2007).

¹⁵ O termo indústria cultural foi criado por Theodor Adorno, o autor diz que A Indústria Cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente. Na Indústria Cultural, tudo se torna negócio, seus fins comerciais são realizados por meio de sistemáticas e programado para a exploração de bens considerados culturais. Na indústria cultural o homem não passa de mero instrumento de trabalho e de consumo, ou seja, objeto. (ALMEIDA, 2007)

aconteceu ultrapassou em muito o ideal inicial transformando-se em um importante marco da cultura do século 20 (WOODSTOCK, 2013).

Thureau (2013) aponta que o custo inicial do festival era de dois e meio milhões de dólares, teve nove meses de preparação, com publicidade feita através de revistas alternativas dos Estados Unidos. No local do evento foram instalados: um palco com trinta metros, quatro torres de som e luz e seiscentos banheiros químicos. Logo toda a infraestrutura montada foi insuficiente, pois a princípio eram esperadas oitenta mil pessoas, no entanto o festival contou com a participação de quinhentas mil.

o plano era que o encontro ocorresse na cidade de Woodstock, que durasse só três dias, que não chovesse torrencialmente, que os músicos seguissem o programa estabelecido, ao invés de tocarem noite adentro, mas apesar disso, ou por causa disso, o festival causou, sim, muita sensação. (MARIUZZO, 2009, pg. 2)

No dia quinze, primeiro dia do festival, os alimentos e água acabaram. Insumos extras foram transportados e lançados por helicópteros, diante da impossibilidade de aterrissar com o público ocupando toda a área e de chegar por vias terrestres que estavam congestionadas com aproximadamente oitocentos mil veículos e milhares de pedestres. Para dar subsídio ao evento, a união das mulheres da comunidade judia doou os alimentos que foram transportados pela Força Aérea Americana, e o dono da propriedade, Sr. *Max*, ofereceu leite e queijo para os participantes (THURAU, 2013).

Jefferson Airplane, Jimi Hendrix, The Grateful Dead, The Who, Janis Joplin e Crosby, Stills, Nash & Young foram alguns dos nomes confirmados para tocar no festival, que tinha venda de ingressos e a programação para três dias. No entanto, o *Woodstock* foi transfigurado em um festival de cultura em que se deixou de lado os lucros e a venda dos ingressos configurando-se como um encontro musical, que teve quatro dias de música, uma vez que os shows aconteceram até o dia dezoito de agosto pela manhã (WOODSTOCK, 2013; THURAU, 2013).

O sociólogo e pesquisador da Universidade de Brasília, Emiliano Rivello (apud Mariuzzo, 2009) ressalta que além do Festival de *Woodstock* revolucionar a forma como os artistas cantavam, compunham e realizavam a sua performance no palco, revolucionou também os hábitos culturais da sociedade norte-americana.

O Festival de *Woodstock* foi reeditado em 1994 e em 1999, no entanto, os festivais não tiveram a mesma repercussão da primeira edição, em 1969. Isso pode ser explicado ao se observar que a matriz cultural que estruturava o movimento hippie, o *punk* ou o *rock'n roll* havia sido modificada. Ou seja, a percepção sociocultural norte-americana estava composta por novos ideais, hoje as mulheres ocupam cargos de prestígio que ajudam no desenvolvimento da sociedade e os conflitos raciais possuem fóruns específicos para debate. Rivello (apud Marinuzzi, 2009, p.1) destaca que "Não se pode transpor acontecimentos culturais, políticos ou religiosos de uma época específica para outra".

O festival de *Woodstock* é um marco na história dos festivais, ele revolucionou a forma de se conceber um evento, a forma de se apresentar, e a forma de envolver o público. A partir da sua realização surgiram muitos outros festivais de músicas, alguns influenciados diretamente por ele, outros indiretamente.

O mais surpreendente é o fato de haver extrapolado todas as barreiras e níveis imaginados. O seu planejamento para um contingente pequeno de pessoas. Este número ser extrapolado, e ainda sim a mobilização feita para que o festival acontecesse, sem se preocupar com horários ou programação a cumprir.

O *Woodstock* foi muito mais do que um festival de música, ele foi um movimento social e cultural, mas foi também um momento, uma realização para àqueles que precisavam de espaço para manifestarem sua forma de ser, pensar e agir, foi um movimento de liberdade.

2.3 THE ISLE OF WIGHT – (INGLATERRA, 1968 A 1970)

O *The Isle of Wight* foi o primeiro festival europeu a céu aberto, realizado na Ilha de *Wight* na Inglaterra. Sua primeira edição foi em 1968, contendo em seu *line-up*¹⁶ bandas como *Jeferson Airplane*, *Smiles*, *Tyrannosaurs Rex*. O evento só teve duração de um dia, entretanto reuniu 10.000 pessoas (BEMVINDO, 2008).

¹⁶ Termo em inglês utilizado para se referir à programação de um evento.

Na segunda edição do festival realizada no ano seguinte, o evento já contava com algum prestígio e conseguiu reunir atrações mais conhecidas, como: *The Who*, *Joe Cocker*, *The Band*, *The Moody Blues*, *Free*, *Richie Havens* e *Bob Dylan*. Na sua segunda edição o *The Isle of Wight* teve dois dias de programação e reuniu cerca de 100.000 pessoas (BEMVINDO, 2008).



Figura 2.4: Poster do Isle of Wight, edição 1970.
Fonte: Isle of Wight Festival (2013)



Figura 2.5: Público do Festival da Ilha de Wight, 1970.
Fonte: REPFOTO © 1969

O auge do festival foi em 1970, quando contou com a participação de cerca de 50 artistas durante 5 dias consecutivos, de 26 a 30 de agosto. Com um público estimado de 150.000 pessoas, reuniu quase 600.000 pessoas. A Figura 2.4 apresenta o cartaz de divulgação do evento. A Figura 2.5 ilustra sua realização, o público e a estrutura montada. Entretanto vale ressaltar que a população da ilha não chegava a 100.00 habitantes. Ficando conhecido então pelo *Woodstock* Britânico (A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL, 2012).

As atrações da terceira edição do festival tinham um *line up* bem amplo e contou com a participação de *Supertramp*, *The Doors*, *Jim Morrison*, *The Who*, *Jim Hendrix* além do brasileiro, Gilberto Gil representante do tropicalismo (A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL, 2012; BEMVINDO, 2008).

Após a edição de 1970, passaram-se 32 anos até que o festival retornasse à ilha inglesa. Sendo que foi retomado em 2002, mas sem o prestígio que teve anteriormente (BEMVINDO, 2008).

Desde 2002 o festival acontece anualmente na Ilha de *Wight*, com área de acampamento e uma duração de 4 dias seguidos, o festival conta com uma mega infraestrutura para receber seu público. Desde 2002 já passaram pelo *Isle of Wight Festival Robert Plant* (2002), *The Charlatans* (2002 e 2009), *Bryan Adams* (2003), *Iggy Pop* (2003) *The Who* (2004), *Snow Patrol* (2004, 2005 e 2007), *Faithless* (2005), *The Prodigy* (2006 e 2009), *Foo Fighters* (2006 e 2011), *Coldplay* (2006), *Muse* (2007), *The Rolling Stones* (2007), *Amy Winehouse* (2007), *The Sex Pistols* (2008), *The Police* (2008), *Neil Young* (2009), *Jay-Z* (2010), *Paul McCartney* (2010), *Florence + The Machine* (2010), *Bruce Springsteen* (2012) e *Pearl Jam* (2012), dentre muitos outros (ISLE OF WIGHT, 2013).



Figura 2.6: Público no Isle of Wight 2010
Fonte: Isle of Wight, 2013

O Festival da Ilha de Wight deu início a era dos festivais na Europa, mas precisamente na Inglaterra, que posteriormente foi berço de muitos outros festivais que se perduram até a atualidade. A Figura 2.6 ilustra o público presente no festival na edição de 2010.

Um dos elementos que fazem do Festival da Ilha de Wight um importante evento é a sua realização em uma pequena ilha com até 100.000 habitantes, na época, mas que se montou toda a estrutura para receber os visitantes de toda a Europa para a realização do festival.

2.4 GLASTONBURY (INGLATERRA, 1970 ATÉ OS DIAS ATUAIS)

O *Glastonbury* é conhecido como o maior festival do mundo, isto porque teve a sua primeira realização em 1970. Houve uma pausa de 7 anos intercalados com apresentações, sendo retomado em 1981 e desde então possui edições anualmente. (BBC MUNDO, 2013).

Em 1970, no dia seguinte a morte do *Jimi Hendrix*, em uma fazenda particular, aconteceu a primeira edição do *Glastonbury*. Inspirado no *Blues Festival*, o fazendeiro *Michael Eavis* resolveu começar o seu negócio em menor escala. (GLASTONBURY, 2013).

A primeira edição do festival teve a duração de um dia, para um público de apenas 1.500 pessoas. As principais atrações foram: *Marc Bolan*, *Keith Christmas*, *Stackridge*, *Al Stewart*, *Quintessence*. A entrada custava apenas 1£, e tinha leite produzido na fazenda incluído (GLASTONBURY, 2013).

No ano seguinte o festival foi transferido para o verão, exatamente o dia do solstício de verão, com a duração de 4 dias - de 20 a 24 de junho de 1971 – desta vez com um público de 12.000 pessoas. Entretanto o ingresso foi gratuito e o festival pago pelos que acreditavam nesta ideia. Trouxe aos participantes música tradicional medieval, dança, poesia, teatro, luzes e entretenimentos espontâneos, além dos shows tradicionais (GLASTONBURY, 2013).

Este festival ocorreu sem grandes dificuldades com habitantes, polícia ou inspetores de saúde e demonstrou como dadas as circunstâncias corretas, um festival de música realmente poderia romper as barreiras convencionais que regulam o comportamento e que impedem as pessoas de serem elas mesmas. (A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL, 2013).

Foi em 1971 que o palco principal adquiriu o formato que tem até hoje, de pirâmide, como pode ser observado na Figura 2.7. Com o passar dos anos o palco manteve o seu formato, entretanto foi adquirindo novas tecnologias e aumentando de tamanho. Os principais artistas deste ano foram: *Hawkwind*, *Traffic*, *Melanie*, *David Bowie*, *Joan Baez*, *Fairport Convention* and *Quintessence*. (GLASTONBURY, 2013).



Figura 2.7: Palco principal do Glastonbury, em 1971.
Fonte: A history of UK rock festival, 2013

Em 1978 ocorreu uma edição improvisada do festival, pois chegaram até a fazenda viajantes vindo de *Stonehenge*, que acreditaram que o festival estaria acontecendo. Após uma discussão, persuadiram o fazendeiro de realizar um mini festival, também gratuito. Entretanto, a edição improvisada teve um público de 500 pessoas. (GLASTONBURY, 2013).

Em 1979, o *Glastonbury* já havia se consolidado como um evento de três dias, ainda conhecido como *Glastonbury Fayre*, neste ano com o tema “*the year of the child*”. Com o apoio de *Bill Harkin* e *Arabella Churchill* o *Michael Eavis* conseguiu um empréstimo bancário para realizar todas as obras na fazenda (GLASTONBURY, 2013).

Naquela edição foi inserido entretenimento especial para as crianças e o conceito de caridade Mundial da Criança nasceu e existe até hoje, onde realizam ações nas escolas (GLASTONBURY, 2013).

Apesar do público de 12.000 pessoas, o valor da entrada de 5£ e como atrações: *Peter Gabriel*, *Steve Hillage*, *Alex Harvey Band*, *Sky and the Footsbarn Theatre*, os organizadores sofreram uma enorme perda financeira e não queriam correr o risco de realizar um novo festival em 1980 (GLASTONBURY, 2013).

Entretanto, o susto com a realização e prejuízos causados pelo festival não durou muito tempo, em 1981 houve uma nova edição do festival, agora com *Michael Eavis* no comando da organização e o nome modificado para *Glastonbury Festival* (GLASTONBURY, 2013).

Neste ano foi criado a “*Campaign for Nuclear Disarmament - CND*” (Campanha de Desmatamento Nuclear). O *Michael Eavis* ajudou o movimento pela paz e convenceu os organizadores da campanha que com uma gestão adequada o festival poderia ser rentável. Em 1981, o ingresso para o evento custava 8£ e teve um público de 18.000 pessoas (GLASTONBURY, 2013).

A partir de 1981 o festival foi crescendo e se consolidando. Todos os anos o fazendeiro *Michel Eavis* deixa as suas vacas e se prepara para realizar o festival de três dias de duração. Durante a década de 80 e o início dos anos 90 o festival atraiu um grande contingente do movimento *new age*¹⁷, mas com o passar dos anos sua dinâmica foi se modificando, atualmente possui uma programação bem eclética (BBC MUNDO, 2013).

Com o passar das edições acabaram-se as entradas gratuitas e os ingressos para o festival encareceram drasticamente, entretanto o festival teve a cada edição novas atrações e um público cada vez maior. Como às vezes chove muito na região durante o festival, se tornou uma das atrações os participantes brincarem com a lama (GLASTONBURY, 2013).

A BBC Mundo (2013) aponta que o *Glastonbury Festival* é o maior festival do mundo, pois desde a sua criação já passaram pelo seu palco principal 82 bandas de renome mundial, como pode ser observado na Figura 2.8. A Figura 2.9 apresenta os principais números do festival.

¹⁷ New Age, ou Nova Era é um termo usado em geral para se referir a um amplo movimento, que é composto de várias correntes psicológico, social, espiritual e cultural que surgiu no final do século XX no mundo ocidental. As muitas concepções diferentes relacionados com esta denominação estão unidos no ideal do advento de um "novo mundo" ou uma "nova era".



Figura 2.8: Principales atrações que passaram pelos palcos do Glastonbury
Fonte: BBC MUNDO, 2013

Glastonbury en números

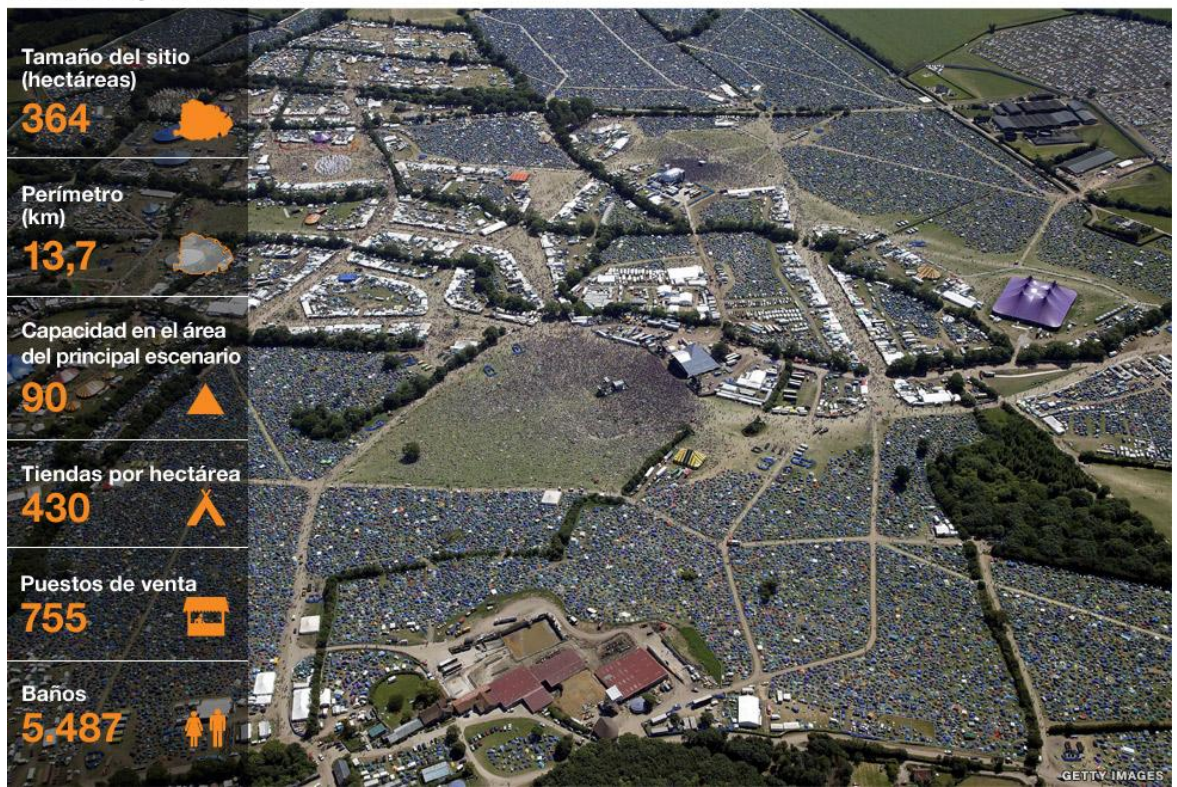


Figura 2.9: Números do Glastonbury
Fonte: BBC MUNDO, 2013

Na edição de 2013, as 135.000 entradas disponíveis para o festival se esgotaram em 1 hora e 40 minutos. A área do festival foi de 364 hectares, na área de camping couberam 430 barracas por hectare. Dentro da área do festival tinha 5.487 banheiros.

Depois de mais de 30 anos desde a sua primeira edição, o Glastonbury é o maior festival de música do mundo, tendo em vista a quantidade de artistas e público que já passaram pela fazenda onde é realizado anualmente.

Pode-se considerar que a sua magnitude e abrangência está relacionado com a diversidade proporcionada pelo festival, que vai além de apresentações musicais, mas oferece aos seus participantes danças típicas, músicas medievais, artistas cênicos dentre muitos outros.

Outra característica marcante do Glastonbury, que infelizmente não foi incorporada pelos festivais no Brasil, é o camping. Que proporciona aos participantes a completa imersão no evento, além de certas comodidades por estarem “dentro” do festival.

2.5 ÁGUAS CLARAS (IACANGA/SP - BRASIL, 1975 - 1983)

O Festival de Águas Claras é conhecido como o "*Woodstock brasileiro*", foi o primeiro festival realizado no Brasil, que se tem registro, sua primeira edição foi realizado em plena ditadura militar. Teve quatro edições em 1975, 1981, 1983 e 1984, todas realizadas na fazenda Santa Virginia em Iacanga/SP.

O organizador do evento foi Antônio Checchin Júnior, o Leivinha que destaca

Havia escrito uma peça de teatro e juntei um grupo musical para fazer a trilha sonora. Surgiu a ideia de encenar ao ar livre e começaram a aparecer algumas pessoas interessadas em tocar com a gente. [...] Aí fizemos o Festival de Águas Claras, que nunca teve a intenção de ser parecido com Woodstock, mas haveria essa associação com qualquer evento que fosse feito daquele jeito. (LEVINHA apud BRYAN, 2012).

Então, aos 22 anos Leivinha utilizou a fazenda do pai como ponto de encontro de 30 mil jovens do Brasil e de outros países da América do Sul. A programação contou com a presença de O Terço, Som Nosso de Cada Dia, Mutantes, já sem Rita Lee, e Moto Perpétuo (ANIC, 2009).

Segundo Levinha (apud BRYAN, s/p,¹⁸ 2013), a comparação com o *Woodstock* se dá devido ao público. Ele conta que:

O público foi maravilhoso. Não tivemos uma briga nem nada que pudesse desprestigiar o festival. A história do nu do pessoal acontecia na hora do banho. Só um ou outro é que tiravam a roupa no meio do público, para aparecer. Apanhávamos laranja e milho, e o pessoal da fazenda fazia comida para distribuirmos. [...] Foi uma catarse coletiva e um exercício muito bonito de liberdade, numa época em que havia um anseio enorme de participação entre as pessoas e em que se provou que a causa de paz e amor bem que poderia ter dado certo.

A autora Anic (s/p, 2009) pontua que “A maconha era absolutamente liberada e moeda de troca. Apesar de o LSD também rolar, eram especialmente a maconha e os cogumelos que faziam a cabeça dos malucos.”

Entretanto, o organizador do evento ressalta que o ambiente da ditadura dificultada qualquer evento que promovesse grandes reuniões. O Levinha só conseguiu a autorização para a realização do festival quando assinou um termo de responsabilidade pelos atos de subversão que acontecessem. Após a realização do festival o organizador foi proibido de realizá-lo por seis anos. (BYAN, 2012 e ANIC, 2009)

A segunda edição do evento aconteceu em 1981, com uma estrutura mais profissional, cobertura da TV e ingressos vendidos nas agências do Unibanco. As atrações foram Gilberto Gil, Luiz Gonzaga, Gonzaguinha, Alceu Valença, A Cor do Som, 14 Bis e Moraes Moreira.

O festival mantinha um espírito hippie tardio. O Brasil estava décadas atrás dos movimentos mais libertários e de contracultura europeus e americanos. Para se ter uma ideia, o romance *On The Road*, de Jack Kerouac, inspirador do ideário hippie, só chegou por aqui no início dos anos 80, com quase três décadas de atraso. (BRYAN, 2013).

Em junho de 1983 ocorreu a terceira edição do festival, muito eclética e com um público de 70.000 pessoas. Teve como atrações: Armandinho, Dodô e Osmar, Arthur Moreira Lima, Egberto Gismonti, Fagner, Premê, Sandra Sá, Paulinho da

¹⁸ Por se tratar de um material da internet, como reportagens e artigos, não existe numeração de página, para indicar essa lacuna na informação foi adotado a sigla s/p.

Viola, Sá & Guarabyra, Erasmo Carlos, Raul Seixas e Wanderléa (BRYAN, 2013). A Figura 2.10 apresenta o cartaz de divulgação do festival.



Figura 2.10: Cartaz de Divulgação da 3ª Edição do Festival de Águas Claras
Fonte: Bolivia Rock

A quarta e última edição do festival foi realizada no período de carnaval e não teve tanto brilho nem público como as outras, devida a sua realização por patrocínio e finalizando aí a sua realização.

Tendo em vista que o Festival de Águas Claras surgiu em plena ditadura militar, momento em que não eram permitidas reuniões nem aglomerações de pessoas, entende-se que este é o seu fato mais relevante, além de ser o primeiro festival de música que aconteceu em território brasileiro.

Outra característica importante é a sua programação baseada em artistas brasileiros. Não só pela valorização da cultura local, mas também por difundi-la entre seus participantes.

2.6 MONSTER OF ROCK (INGLATERRA 1980 – 1996 E 2006 ATÉ DIAS ATUAIS)

A primeira edição do *Monsters of Rock* aconteceu em 16 de agosto de 1980, na pista de corrida do castelo *Donnington* na Inglaterra. Desde a sua primeira edição tinha a pretensão de ser um festival voltado para a programação de *Hard Rock* e *Heavy Metal*, estilos de *rock* mais pesado (A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL, 2009).

O local escolhido para sediar o evento possuía a vantagem de estar perto de estradas e ligações rodoviárias. Além de um terreno levemente inclinado, o que proporcionava uma boa visão do palco de todos os pontos para os 35.000 participantes do evento (A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL, 2009).

O festival aconteceu sem interrupções entre 1980 e 1996 na Inglaterra e foi retomado em 2006. Em 1983 expandiu sua atuação e teve a realização em outros países, entre eles Chile, Argentina e o Brasil (MONSTERS OF BROCK, 2013).

No Brasil o festival estreou em 27 de agosto de 1994. Um dia histórico que contava com os seguintes monstros: Viper, Angra, Dr. Sin, Raimundos, Suicidal Tendencies, Black Sabbath, Slayer e Kiss. [...] A segunda edição do festival aconteceu por aqui no dia 2 de setembro de 1995 e o line up era formado pelas bandas Rata Blanca, Vorna Lisi, Therapy, Paradise Lost, Faith No More, Megadeth, Alice Cooper e Ozzy Osbourne. A edição foi marcada como o festival da paz, sem nenhuma violência. [...] Em 1996, no dia 24 de agosto, o Monsters Of Rock voltava ao Brasil com o novo line up de monstros: Héroes del Silencio, Marcyful Fate, King Diamond, Helloween, Raimundos, Biohazard, Skid Row, Motorhead, e Iron Maiden. [...] O último Monsters no Brasil ocorreu há 15 anos e foi o único não realizado no Pacaembu. O palco foi o Centro de Treinamento Esportivo do Ibirapuera. No dia 26 de setembro de 1998 se apresentavam no novo local as bandas Dorsal Atlântica, Korzus, Glenn Hughes, Savatage, Dream Theater, Saxon, Manowar e Slayer. (MONSTERS OF ROCK, 2013)

Entretanto, a edição mais emblemática do *Monsters of Rock*, foi a de 1991, realizada em Moscou. Teve um line up relevante composto por *AC/DC*, *Metallica*, *The Black Crowes* e *Pantera*, que atraiu e quase 1 milhão de pessoas e marcou o fim da cortina de ferro¹⁹ da antiga União Soviética (MONSTERS OF ROCK, 2013).

Momento em que mais uma vez a historicidade dos festivais de música e a sua magnitude esta atrelada ao contexto histórico em que o festival acontece. Pois o seu sucesso com quase 1 milhão de fãs foi propiciado por uma programação atraente aos espectadores, mas também por uma nova conjuntura política da Europa.

Após 15 anos ausente, o *Monsters of Rock* retornará ao Brasil, em 2013 Arena Anhembi em São Paulo, para a realização de um festival de dois dias, e no *line up* renomes do *hard rock* e *heavy metal*: *Slipknot*, *Korn*, *Limp Bizkit*, *Killswitch Engage*, *Hatebreed*, *Gojira*, *Hellyeah* e *Project46*, *Aerosmith*, *Whitesnake*, *Ratt*,

¹⁹ Cortina de Ferro foi uma expressão usada para designar a divisão da Europa em duas partes, a Europa Oriental e a Europa Ocidental, como áreas de influência político-econômicas distintas, durante o período da Guerra Fria.

Queensrÿche, Buckcherry, Dokken, Dr. Sin, Doctor Pheabes e Electric Age (MONSTERS OF ROCK, 2013).

O *Monsters of Rock* se diferencia dos demais na sua programação, foi um dos primeiros festivais que trouxe o seu line up uma programação mais rígida com atrações voltadas para um estilo de rock mais pesado, e sem a grande diversidade proposta atualmente pela maioria dos festivais, mas ainda sim tem um grande público marcando seu espaço no mundo dos festivais.

2.7 ROCK IN RIO – RIO DE JANEIRO, BRASIL (1985 ATÉ DIAS ATUAIS)

Com o reconhecimento de maior festival de música do Brasil e um dos maiores festivais de música do mundo, o *Rock in Rio* foi idealizado e realizado pela primeira vez no Brasil em 1985 (ROCK IN RIO, 2013).

Morais (2013) aponta que até o começo da década de 80, poucos eram os artistas de renome internacional que se apresentaram no Brasil e na América Latina. Isso não só devido ao regime militar e a economia, mas também aos produtores musicais da época que não tinham ousadia para apostar nos grandes shows.

Em 1995, o Brasil vivenciou o ápice da transição da ditadura para a democracia. Dentro deste contexto o empresário Roberto Medina teve a ideia de celebrar esta liberdade em um festival de rock de qualidade. Nasceu então o sonho do *Rock in Rio*. A maior dificuldade foi confirmar artistas de renome para participarem, mas após o primeiro *Rod Stewart*, foi possível confirmar vários outros artistas apostaram no festival: *Ozzy Osbourne, Queen, James Taylor, Scorpions, Iron Meiden, George Benson, Yes, AC/DC*, dentre outros. Os artistas brasileiros que participaram do festival foram: Alceu Valença, Barão Vermelho, Blitz, Eduardo Dusek, Elba Ramalho, Erasmo Carlos, Gilberto Gil, Ivan Lins, Kid Abelha & Os Abóboras Selvagens, Lulu Santos, Moraes Moreira, Ney Matogrosso, Os Paralamas do Sucesso, Pepeu Gomes & Baby Consuelo e Rita Lee (MORAIS, 2013).

Então, entre os dias onze e vinte e um de janeiro de 1985 em um terreno de duzentos e cinquenta mil metros quadrados construído especialmente para abrigar o festival, em Jacarepagua/RJ, também conhecido como a “Cidade do Rock”, aconteceu a primeira edição do festival.

A “Cidade do Rock” contava 5.000m² de área, com maior palco do mundo já construído até então, duas grandes áreas de alimentação, dois centros comerciais com capacidade para cinquenta lojas e dois centros médicos. A grande infraestrutura foi construída para atender 1,5 milhão de pessoas que frequentaram o evento, como pode ser observado na figura 2.11. Entretanto, logo após a sua realização a “Cidade do Rock” foi demolida a pedido do então governador do Rio de Janeiro, Leonel Brizola. Em sua primeira edição o Rock in Rio recebeu um público de 1,380 milhão de pessoas. (ROCK IN RIO, 2013).



Figura 2.11: Público do Rock in Rio 1985, o festival recebeu 1,38 milhão de participantes
Fonte: Morais, 2013

Devido ao grande sucesso da sua primeira versão, em 1991 Medina promoveu o *Rock in Rio II* entre dezoito e vinte e seis de janeiro de 1991. No entanto, a segunda edição do festival foi realizada no estádio de futebol do Maracanã, como apresentado na Figura 2.12, em que o gramado foi adaptado para receber o palco e os espectadores, que também puderam ocupar as arquibancadas do estádio (MORAIS, 2013).



Figura 2.12: 2ª Edição do Rock in Rio em 1991, no Maracanã
Fonte: Rock in Rio, 2013

Em sua segunda edição, o festival teve um público de 700 mil pessoas. O palco tinha 2.125m² e contou com aproximadamente 500 faróis de avião para a iluminação. A programação da segunda edição teve mais heterogeneidade que a primeira, alguns artistas da música *pop* foram convidados além dos clássicos do *rock*. Os principais artistas desta edição foram: *A-HA, Billy Idol, Colin Hay, Debbie Gibson, Dee-Lite, Faith No More, Guns N' Roses, Happy Monday, INXS, Joe Cocker, Judas Priest, Lisa Stansfield, Megadeth, New Kids on the Block, Prince, Queensryche, Santana, SNAP, RUN DMC* (ROCK IN RIO, 2013).

Já entre os brasileiros se destacam: Alceu Valença, Capital Inicial, Ed Motta, Elba Ramalho, Engenheiros do Hawaii, Gal Costa, Gilberto Gil, Hanói Hanói, Inimigos do Rei, Leo Jaime, Lobão, Moraes & Pepeu, Nenhum de Nós, Orquestra Sinfônica, Paulo Ricardo, Roupas Nova, Sepultura, Serguei, Supla, Titãs, Vid e Sangue Azul (ROCK IN RIO, 2013).

No ano de 2001 foi realizada a terceira edição do festival, nos dias doze a quatorze e dezoito a vinte e um de janeiro, também na cidade do Rio de Janeiro. Nesta edição, os organizadores construíram uma nova “Cidade do Rock”, no mesmo lugar onde foi construída a primeira, com a capacidade para 250 mil pessoas por dia, espaço para tendas alternativas, em que seriam realizadas apresentações paralelas a do palco principal. Havia ainda tenda de música eletrônica – Tenda Eletro, tenda de música nacional – Tenda Brasil, de música africana – Tenda Raízes, e de música mundial – Tenda Mundo Melhor (MORAIS, 2013).

O evento recebeu o título de “Por um Mundo Melhor”, devido ao ato simbólico de cinco minutos de silêncio antes do início das atrações do primeiro dia. Exatamente às 19h do dia doze de janeiro de 2001, aproximadamente três mil rádios e quinhentos e vinte e duas emissoras de televisão se juntaram ao ato e fizeram cinco minutos de silêncio como um pedido pela melhora do mundo. O início do ato foi marcado pelo toque de sinos e o fim pela libertação de pombas (MORAIS, 2013).

A infraestrutura da “Cidade do Rock” construída para o *Rock in Rio III*, permaneceu montada, mas não abrigou mais nenhum festival, ela deve ser utilizada nas futuras instalações da Via Olímpica dos Jogos Olímpicos de 2016 (ROCK IN RIO, 2013).

Em junho de 2004, o *Rock in Rio* cruzou as fronteiras e o oceano, teve a sua primeira edição internacional em Lisboa. Em seis dias de evento reuniu trezentos e oitenta e seis mil pessoas de cerca de sessenta países. Só no Brasil, cerca de setenta milhões de pessoas assistiram as apresentações pela televisão (ROCK IN RIO, 2013).

O festival foi realizado em uma estrutura similar a da terceira edição realizada no Brasil. Nos duzentos metros quadrados do Parque da Bela Vista/Lisboa foram construídos o palco principal – Palco Mundo, a Tenda Raízes, a Tenda Mundo Melhor e a Tenda Eletrônica. O festival contou com a apresentação de setenta atrações e mais de cento e vinte horas de música, não só de representantes da música portuguesa, mas também de grupos brasileiros e bandas internacionais consagradas. Em Lisboa o festival passou a ter periodicidade de dois anos, atraindo cada vez mais público (ROCK IN RIO, 2013).

Depois do êxito do festival no Brasil e em Portugal, o festival expandiu ainda mais a sua área de atuação, estreando em Madrid. Em 2006 foi a primeira vez em que o *Rock in Rio* foi realizado em duas cidades simultaneamente. O desafio da organização foi recompensado pela resposta do público, que mais uma vez fez do *Rock in Rio* um dos maiores eventos do ano (ROCK IN RIO, 2013).

Em Madrid, foi construída uma “Cidade do Rock” em Arganda Del Rey. Com uma área de duzentos mil metros quadrados, a cidade foi concebida como um

parque musical de lazer e entretenimento. Uma das principais atrações da cidade do *Rock* em Madrid foi uma fonte onde a água e as cores dançavam ao ritmo da música, transformando o corredor central em uma das principais atrações do festival (ROCK IN RIO, 2013).

Em 2011 o *Rock in Rio* retornou para o país de origem, agora em uma nova arena construída para abrigar o festival, e previsão de que acontecerá a cada dois anos. Esta edição trouxe também a diversificação dos estilos, com a presença de renomados artistas *pops* como *Katy Perry*, *Elton John*, *Rihanna* e *Shakira* e a presença inédita da música baiana com a *Claudia Leite* e *Ivete Sangalo* (MORAIS, 2013).

No site do festival os organizadores declaram:

Conscientes de la fuerza de la marca para unir personas, asumimos la responsabilidad de usarla como vehículo de comunicación para causas tan importantes como la cultura, el ocio y la solidaridad. En un mundo cada vez más individualista, donde lo importante es lo que afecta a cada uno y no al todo; donde tener es más importante que ser; donde lo racional suprime la emoción, es fundamental utilizar cualquier medio para llamar la atención de las personas hacia lo que realmente importa: el ser humano y el planeta²⁰(ROCK IN RIO MADRID,2013).

Sendo assim, o festival se propõe a difundir mundialmente a sua marca, ser reconhecido e admirado, mas acima de tudo criar uma rede de milhares de pessoas que não só acreditam em um mundo melhor, mas também estão dispostas a fazer algo por ele. Cada vez mais, buscam artistas, empresas apoiadoras e instituições capazes de dar visibilidade e credibilidade para as causas apoiadas pelo festival.

A quarta edição do festival no Brasil, em 2011, teve sete dias de duração, com 160 atrações musicais divididas em dois palcos, com um público total de 700 mil pessoas. *Morais* (2013) ainda aponta que:

Segundo estimativas da Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro (Riotur), o evento impactou em mais de R\$ 880 milhões na economia do Rio de Janeiro, atingindo uma média de 90% de ocupação dos quartos da rede hoteleira carioca. A cidade contou com a visita de 350 mil turistas, sendo 25% estrangeiros. Como não poderia ser diferente, o evento bombou nas redes sociais. Estima-se que o *Rock in Rio IV* tenha

²⁰ Tradução livre: Consciente da força da marca para unir as pessoas, assumir a responsabilidade para o uso como um veículo de comunicação para causas importantes como a cultura, lazer e solidariedade. Em um mundo cada vez mais individualista, onde o que importa é o que afeta cada um e não a todos, onde ter é mais importante do que ser, onde razão suprime a emoção é imprescindível a utilização de qualquer meio para chamar a atenção das pessoas para o que realmente importa: os seres humanos o planeta.

impactado 180 milhões de pessoas, em 200 países. O site oficial do festival teve mais de 5 milhões de visitantes únicos.

Em 2013 o *Rock in Rio* solidificou a sua presença no Brasil, com duas realizações tão próximas e inéditas no país. Teve seus ingressos esgotados em 4 horas de venda e recebeu um público de quase 600 mil pessoas durante o evento para assistirem mais de 160 atrações, em mais de 105 horas de música, além da transmissão para 215 países, como ilustrado na Figura 2.13. (ROCK IN RIO, 2013).

Só pra você ter uma ideia, juntando todas as edições (são mais de 28 anos de história em 13 edições), mais de 7 milhões de pessoas já estiveram presentes para assistir mais de 1.120 atrações em mais de 1.070 horas de música! [...] Outro número que não para de crescer é o das redes sociais, onde o Rock in Rio é recordista: mais de 10 milhões de seguidores! (ROCK IN RIO, s/p, 2013).



Figura 2.13: Número dos Rock in Rio 2013
Fonte: Rock in Rio (2013)

O *Rock in Rio* Brasil de 2013 nem havia acabado e a preocupação do público e dos organizadores já estavam na edição seguinte, em comemoração aos 30 anos de festival, como pode ser observado na Figura 2.14.



Figura 2.14: Confirmação Rock in Rio 2015
Fonte: Rock in Rio, 2013

Entretanto, a fixação da marca o *Rock in Rio* não foi finalizada, o plano é levar o festival para além das fronteiras Brasileiras, Portuguesas e Espanholas. Em 2014 espera-se realizar o festival em 3 países simultaneamente (Argentina, Espanha e Portugal) (ROCK IN RIO, 2013).

Assim como outros festivais de música, o Rock in Rio teve o seu sucesso inicial não só pela genialidade humana de um empresário, mas também a conjuntura social, econômica e política que o Brasil se encontrava.

A combinação do final da ditadura militar, onde se tornou possível a realização de grandes eventos, somados ao fato de que o Brasil não estava inserido na rota dos grandes artistas mundiais, propiciou que a edição de 1985 alcançasse a milhares de brasileiros ansiosos por ver seus artistas e por participar de algo grande, celebrando o fim da ditadura militar.

Entretanto o crescimento do Rock in Rio não parou por aí, ao encontrar dificuldades em realizar o evento no Brasil, os organizadores extrapolaram as fronteiras e foram em busca de um mercado já consolidado de festivais, a Europa, e inseriram o Rock in Rio no calendário de eventos.

Um fator que merece ser destacado é a manutenção do nome, convertido em marca, pois ao ser transportado para Lisboa, houve uma grande crítica dos Brasileiros quanto a manutenção do nome Rock in Rio, sendo que deveria ser alterado para Rock in Lisboa, entretanto a organização optou por manter e fazer do

Rock in Rio uma marca que pode estar em qualquer lugar, solidificando ainda mais o seu nome.

2.8 LOLLAPALOOZA – ESTADOS UNIDOS (1991)

O Lollapalooza se diferencia dos demais festivais por se preocupar com o caráter cultura. Inspirados pela experiência do *Woodstock*, o festival de música *Lollapalooza* teve sua primeira edição em 1991. Momento em que as rádios já não queriam saber do *rock n' roll* e a televisão buscava algo novo. Durante este momento surgiu o *Lollapalooza*, como um grande segmento cultural (LOLLAPALOOZA, 2013).

O festival foi concebido pelo cantor de *Jane's Addiction*, *Perry Farrel*, com o intuito de ser uma turnê de despedida da sua banda e acabou se transformando em um *road show* de música e cultura. Teve edições anuais de 1991 até 1997, sendo retomado em 2003 e desde então mantêm a periodicidade anual até os dias de hoje (LOLLAPALOOZA, 2013).

O nome do festival surgiu de uma expressão americana de época que possui o seguinte significado no dicionário: "*Lollapalooza*: 1. algo e/ou alguém excepcional/maravilhoso; 2. Um pirulito em espiral gigante;" LOLLAPALOOZA BRASIL, s/p, 2013). Surgindo daí, também a primeira logo do festival que havia um pirulito em espiral, que aos poucos foi perdendo destaque (LOLLAPALOOZA BRASIL, 2013). A Figura 2.15 apresenta os cartazes de divulgação do festival.



Figura 2.15: Cartazes de divulgação do Lollapalooza de 1991 até 2010
Fonte: Lollapalooza (2013)

D

Desde a sua criação até 1997, o festival percorreu a América do Norte com seu caráter itinerante, sua última edição neste formato aconteceu em 26 cidades dos Estados Unidos e Canadá durante o ano. Em 2005 o festival foi fixado em Chicago, no Grant Park. Na edição de 2013 o festival bateu seus recordes de público, com 300 mil participantes para assistirem 150 atrações (LOLLAPALOOZA, 2013).

O Lollapalooza renasceu então como um festival de verão, apresentado a cada ano 130 atrações de todos os gêneros musicais. Considerado um dos mais cultuados no mundo todo, o Lollapalooza continua investindo num line up diferenciado e melhor a cada edição. Na edição de 2011, Chicago, apresentou Eminem, Foo Fighter, Coldplay, Muse, MyMorning Jacket e Deadmau5, Cold War Kids e A Perfect Circle. (Midiorama, Lollapalooza Brasil 2013)

Em 2010 foi anunciada a estreia do *Lollapalooza* no exterior, em Santiago do Chile. No ano de 2012 o festival chegou ao Brasil, no Clube de Jokey em São Paulo, mesmo local que recebeu a edição de 2013. Já para 2014 foi anunciado que o festival ocorrerá no autódromo de Interlagos com 2 dias de duração com capacidade para 100 mil pessoas por dia (LOLLAPALOOZA BRASIL, 2013).

More than just a music festival, tolerance and diversity for new ideas and communities would become a hallmark of the Lollapalooza experience over the years²¹. (LOLLAPALOOZA, s/p, 2013).

Desde a sua primeira edição muita coisa mudou. No início dos anos 90 uma geração inteira foi influenciada pelo grunge²², e com o passar dos dias novos estilos foram surgindo e movendo multidões. Essa é uma característica marcante do *Lolla*, ser um festival eclético que traz o *rock*, *hip hop*, *pop*, *dance*, música eletrônica, cantores do *rock country*, de acordo com o lugar onde é realizado, as tendências e preferências do público (LOLLAPALOOZA, 2013).

Outro elemento de destaque e importância do *Lollapalooza* foi a inclusão de atrações não musicais, como, por exemplo, apresentações circense, *show* de horrores, tendas para exibição de obras de arte, jogos de realidade virtual, espaço para informações sobre políticas ambientais sem fins lucrativos e grupos que promovem a contracultura e a consciência política, dentre várias outras (LOLLAPALOOZA, 2013).

O gosto dos fãs, a evolução dos gêneros, as revelações da música são fatores que fazem a dinâmica do *Lollapalooza*, que tem como principais estilos o rock alternativo, *heavy metal*, *punk rock*, bandas de *hip hop* e performances de comédia e de danças (LOLLAPALOOZA, 2013).

O *Lolla* se destaca dos demais festivais pela diversidade e inovação. Primeiramente o festival começa com um caráter itinerante, acontecendo várias vezes em um ano em diferentes cidades com o intuito de atingir uma maior número de pessoas.

²¹ Tradução livre: Mais do que um festival de música, a tolerância e a diversidade de novas ideias e comunidades se converteriam na marca registrada da experiência Lollapalooza ao longo dos anos.

²² O termo Grunge é uma mistura de punk e heavy metal surgida em meados da década de 80 em Seattle, cidade no noroeste dos Estados Unidos. O termo grunge - que em seu sentido original significa "sujeira" ou "imundície" em inglês - descreve tanto o estilo visual (cabelo desganhado, roupas velhas e folgadas) de bandas e fãs, quanto o som saturado e distorcido das guitarras que dão o tom das músicas. (LEMOS, 2013)

O seu caráter itinerante trás outro aspecto que acaba se convertendo em uma característica do início do *Lolla*, em que o festival vai até o público, e não o público se desloca para ir ao festival.

Entretanto após alguns anos o *Lollapalooza* toma o formato mais comum dos festivais. Sua chegada ao Brasil reforça o interesse dos brasileiros em participar de festivais internacionais e agrega mais um evento na agenda.

2.9 CASTLEMORTON – INGLATERRA (1992)

O festival de *Castlemorton* aconteceu de forma ilegal durante sete dias de maio de 1992, isto porque o festival não teve autorização para ser realizado e aconteceu sem a permissão das autoridades locais.

Sua realização foi potencializada com a proibição de realização do *Stonehenge*²³ em 1985. Entretanto, como os festivais estavam proibidos a realização do *Castlemorton* levou a um ataque massivo da polícia britânica ao festival (LYNSKEY, 2011).

A BBC HOME (2007) aponta que o festival foi divulgado através de uma mensagem gravada na secretária eletrônica dos participantes em potencial. Ainda, assim, estima-se que o evento teve um público de 25.000 pessoas. Muitos viajantes “*new age*” chegaram ao festival após o cancelamento de um evento que aconteceria a oeste do país.

Kight (2013) aponta que os *ravers* e os *hippies* chegaram misteriosamente durante a noite em muitos grupos diferentes, com coordenações diferentes, para frustrar qualquer tentativa por parte da polícia de barrar os comboios de vans, caminhões e ônibus que iam para o local.

Ao longo da estrada foram montadas barracas e tendas com vendedores de todos os tipos de produtos, tais como bongos, apitos, água, comida, drogas, dentre outros. Foi montado um camping com barracas e tendas a medida que os participantes iam chegando. (LYNSKEY, 2011).

²³ Um festival que teria como filosofia celebrar a vida e não o comércio que aconteceria em Stonehenge, entretanto o festival foi cancelado. Sua primeira edição só aconteceu em 1999.

Quanto mais a polícia tentava invadir o festival e paralisá-lo, mais as pessoas e a imprensa se dirigiam ao local. Havia até 5 sistemas de som diferentes no evento que acontecia nas colinas de *Malvern*, portanto a música podia ser ouvida em *Malvern* (BBC HOME, 2007).

Este festival representou a ascensão, mas também o fim (temporário) das *raves*²⁴ ao ar livre, pois obrigou a Inglaterra a tomar medidas sérias, com a elaboração de lei, para garantir que este tipo de evento não ocorresse novamente (KNIGHT, 2013).

O caráter ilegal do *Castlemorton* se dá devida a proibição de realização de festivais de música na Inglaterra. Entretanto, a vivência de festivais se mostrou mais forte do que as leis britânicas o que levaram a realização de um festival “oculto”.

Quando a polícia conseguiu cominar a situação e impedir que o festival acontecesse, as consequências para a realização de festivais de música foram ainda maiores com a elaboração de leis específicas para que este tipo de evento não ocorra. Entretanto, sabe-se que esta restrição não durou muito tempo, mas serviu para regular a realização de grandes eventos.

2.10 TRIBAL GATHERING – INGLATERRA (1993)

Atualmente na Europa e no mundo existem inúmeros festivais de música eletrônica, e não só festivais de rock como vem sendo apresentado. Todos os festivais de música eletrônica devem alguma coisa ao inglês *Tribal Gathering* que, em 1993, foi o primeiro a trazer a *rave* para um formato de festival, com palcos variados e estrutura profissional. (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

O primeiro *Tribal Gathering* aconteceu em abril de 1993, os seus promotores *Paul Shurey* e *Ian Jeankinson* já vinham promovendo *raves* desde 1989. O festival aconteceu em um momento que as *raves* estavam em ascensão. Reconhecendo este momento, mas querendo desenvolver a sensação de festival, *Paul* foi pioneiro no conceito do evento ao ar livre multi cultural (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

²⁴ As festas Raves se caracterizam por um evento de música eletrônica de dança rápida, espetáculos de luzes e uma duração que em muitas ocasiões se estende durante noites inteiras. Entre os gêneros de música habituais estão são o house, techno e o trance.

Como o nome do festival sugere, o *Tribal Gathering*, reuniu diferentes culturas e estilos de dança e música em um único festival. O festival contou com um público com mais de 25.000 participantes. Os principais artistas foram *Danny Rampling*, *Pete Tong* and *David Morales*, *Laurent Garnier*, *Carl Cox*, *DJ Rap* e *The Prodig*. (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

O evento foi um grande sucesso, entretanto com a nova lei imposta pelo governo inglês, após o *Castlemorton*, o festival foi levado para Munique em 1994, na Alemanha. Evento que contou com a participação de 20 mil pessoas (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

Em 1995 o festival retornou para o solo inglês e se uniu com a *The Mean Fiddler Organisation* para a organização de outro significativo evento (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

Em 1996 o festival obteve grandes patrocínios como *Radio One*, *MTV*, *Muzik*, *Sony PlayStation* e *Red Bull*, provando o seu apelo crescente no mercado. Mesmo com grande dificuldade para obter a licença para a realização do evento, toda a dificuldade só serviu para gerar maior interesse da mídia e muita publicidade. Em 29 de junho de 1996 o festival foi assistido por mais de 30.000 pessoas em mais de 30 atuações e performances ao vivo (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

O *Tribal Gathering* demonstrou às autoridades inglesas que as produções de festivais de música, dança e cultura em grande escala era possível de ser executado de forma responsável e sem afetar a vida dos moradores locais (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

A edição de 1997 foi a mais aguardada e a mais aclamada pelo público. Pessoas de diversas nacionalidades viajaram para participar do evento, o que demonstrou a posição de global que o *Tribal Gathering* havia atingido. O festival contou com 10 arenas de entretenimento, 30 atuações ao vivo dos 100 melhores *DJ's* do mundo. Também foi transmitida ao vivo pela internet, atraindo 1,2 milhões de visitas de todo o mundo (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

O *Tribal Gathering* contou com a cobertura de um grande número de equipes de televisão, jornalistas e fotógrafos das principais publicações do mundo. Sendo assim saudado como um dos fenômenos de entretenimento promotores da

juventude, da cultura e da dança que mais cresce. (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

Após o sucesso de 1997, os organizadores do *Tribal Gathering* planejaram eventos com a capacidade de 15 a 20 mil pessoas na Dinamarca, Bélgica, Ibiza e África do Sul em 1998 para desenvolver a sua marca internacionalmente. (FANTAZIA RAVE ARCHIVE, 2013).

E assim, cresceu um dos principais festivais de música eletrônica. Desde então acontece anualmente em diversas cidades do mundo. A edição de 2013 foi realizada no Panamá durante os dias 20 a 26 de fevereiro. (GEOPARADISE, 2013)

2.11 SKOL BEATS – BRASIL (2000)

O *Skol Beats* foi o primeiro e maior festival de música eletrônica do Brasil realizado em 2000. Em sua primeira edição o festival reuniu 20 mil pessoas em São Paulo e Curitiba que desfrutaram de grandes nomes da música eletrônica mundial: *Bob Sinclair, Paul Oakenfold, Patife, Mau Mau e Green Velvet*. (SKOL BEATS, 2013).

Na edição do ano seguinte o festival chegou à cidade maravilhosa e atraiu 40 mil pessoas. Foi construída uma grande estrutura dividida em 4 tendas, cada uma com um estilo: *Trance, House, Techno e Drum'n'Bass*, além de diversas atrações radicais como *Bungee Jump* e *Sky Coster* (SKOL BEATS, 2013).

Em sua terceira edição, o Skol Beats atraiu 40 mil pessoas para o Autódromo de Interlagos, com 5 tendas contendo os melhores DJs do mundo. Foi neste ano em que a cerveja *Skol Beats* foi criada (SKOL BEATS, 2013).

O festival foi crescendo edição após edição. Em 2009 foi substituído pelo *Skol Sensation*, uma versão mais comercial e inovadora do evento. Que apresentou ao público um palco giratório com 45 m de diâmetro, o que gerou um espetáculo a parte. A festa contou, também, com bailarinos e malabaristas. Desta forma a cada edição o festival traz inovações. (SKOL SENSATION, 2013).

Sendo assim, o Skol Beats foi o primeiro festival de música eletrônica em solo brasileiro e abriu espaço para mais um estilo de música e uma manifestação cultural no país.

2.12 UNIVERSO PARALELO – BAHIA, BRASIL (2000)

O Universo Paralelo teve a sua primeira edição em 2000. Em geral as festas psicodélicas e alternativas de ano novo aconteciam em Trancoso, mas os aficionados não tiveram condições de chegar até lá, então organizaram um festival durante a passagem de ano. O primeiro Universo Paralelo durou três dias (UNIVERSO PARALELO, 2011).

A festa acontece desde a sua primeira edição em Pratigi/Bahia, um local que ficou praticamente intocado enquanto o fenômeno do turismo chegava às cidades vizinhas. Na cidade o fenômeno do turismo ainda não tinha chegado, entretanto o cenário se modifica com a realização do festival no final do ano.

Tudo favorece a realização do festival. Sem vizinhos por perto, bom acesso ao local, água abundante por todos os lados, uma praia deslumbrante, com um mar amigável, e um povo que desde os primeiros momentos, entendeu e se apegou instantaneamente àquele estilo de festa. O apoio da comunidade de Ituberá e suas vilas e a troca de experiências através dos projetos sociais desenvolvidos ao longo dos anos com o evento é algo inédito na história das delicadas relações de festivais Trance com comunidades vizinhas (UNIVERSO PARALELO, 2013).

A cidade de Ituberá/Bahia é a principal cidade de apoio à festa, onde o visitante tem acesso a bancos, hospital, farmácias, hotéis, postos de combustível, supermercados, agência dos correios, restaurantes dentre outros (UNIVERSO PARALELO, 2013).

A partir da oitava edição o festival inseriu em sua programação uma série de experiências, como por exemplo cinco espaços musicais, a *Pista Gia*, uma pista temática. Além de uma infraestrutura cada vez melhor aos participantes, contendo posto médico, banheiros, chuveiros, bares, praça de alimentação variada, dentre outros (UNIVERSO PARALELO, 2011).

Os produtores do festival afirmam que o Universo Paralelo “não é apenas uma festa, é também uma vivência”, já que as pessoas ficam juntas no mesmo espaço por 9 dias, nas edições atuais. Sendo assim, o evento oferece estrutura de camping com banheiros. (UNIVERSO PARALELO, 2013)

O festival também trabalha dentro dos parâmetros da sustentabilidade. O evento toma iniciativa e propõe uma série de ações visando aprimorar as soluções sustentáveis relativas à destinação dos resíduos gerados pelo festival. Além de realizarem manejo, separação e reciclagem do lixo gerado pelo evento. Na última edição o festival recebeu a vista do “*Greener Festival*” que os deram o premio “*COMMENDED*” que significa que o festival foi bem gerido ambientalmente consciente (UNIVERSO PARALELO, 2013).

Atualmente o Universo Paralelo é um dos festivais de música eletrônica em destaque no mundo, com a sua realização durante a semana do ano novo, é considerada como uma forma de renovar as energias e iniciar um novo ano.

2.13 PLANETA TERRA FESTIVAL – SÃO PAULO, BRASIL (2007)

O Planeta Terra Festival é um evento musical brasileiro criado e realizado pelo grupo *Terra Networks* que acontece em São Paulo desde 2007. Atualmente é considerado como um dos principais festivais da América Latina (PLANETA TERRA FESTIVAL, 2013).

O Planeta Terra Festival já trouxe ao Brasil nomes como Gossip, Kings of Leon, The Strokes, Pearl Jam, Devo, Iggy Pop, Jesus & Mary Chain, Kaiser Chiefs, Kasabian, Lily Allen, Pavement, Phoenix, Smashing Pumpkins, Sonic Youth, The Breeders e The Offspring (PLANETA TERRA FESTIVAL, 2013).

Segundo o site do evento, as edições de 2007 e 2008 aconteceram na Vila dos Galpões, as edições de 2009, 2010 e 2011 no Parque de diversão *Playcenter*. Em 2012 o evento foi realizado no *Jockey Club* e em 2013 ele foi realizado no Campo de Marte, que tem capacidade para 30.000 pessoas (PLANETA TERRA FESTIVAL, 2013)

O evento trás apresentações simultâneas em mais de 10 horas de shows que além de proporcionarem uma experiência às milhares de pessoas presentes. O evento é transmitido ao vivo pelo portal Terra para milhões de internautas que podem assistir ao festival completo pela internet sem nenhum custo.

O Planeta Terra é um festival essencialmente brasileiro com a presença de artistas consagrados estrangeiros. Por ser produzido por uma provedora de internet, o festival é transmitido ao vivo sem custo.

Este é um dos elementos que compõe o objeto de estudo desta pesquisa, a interferência dos meios de comunicação no processo de decisão dos participantes de ir ou não a um festival e a relação dos meios de comunicação e o turismo, questões estas que serão estudadas a frente.

2.14 SWU – COMEÇA COM VOCÊ – SÃO PAULO, BRASIL (2010)

O *SWU – Starts With You*, a tradução em português, “Começa com Você”, se propõe ser mais do que um festival de música ou uma iniciativa individualizada, é um movimento de conscientização em prol da sustentabilidade. Iniciado em junho de 2010, possui o intuito de mobilizar o maior número de pessoas possível para adotar pequenas atitudes no seu dia a dia que ajudam a construir um mundo melhor, e que foca a diferença (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE SWU, 2010).

Para alcançar os seus objetivos, o movimento se utiliza de uma plataforma de comunicação, informação, conteúdo e entretenimento que se propõe a conscientizar as pessoas para a incorporação de práticas e valores sustentáveis. O movimento não pretende apenas alcançar o segmento dos formadores de opiniões, mas principalmente o universo jovem (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE SWU, 2010). A Figura 2.16 consiste em uma peça publicitária de difusão do projeto.

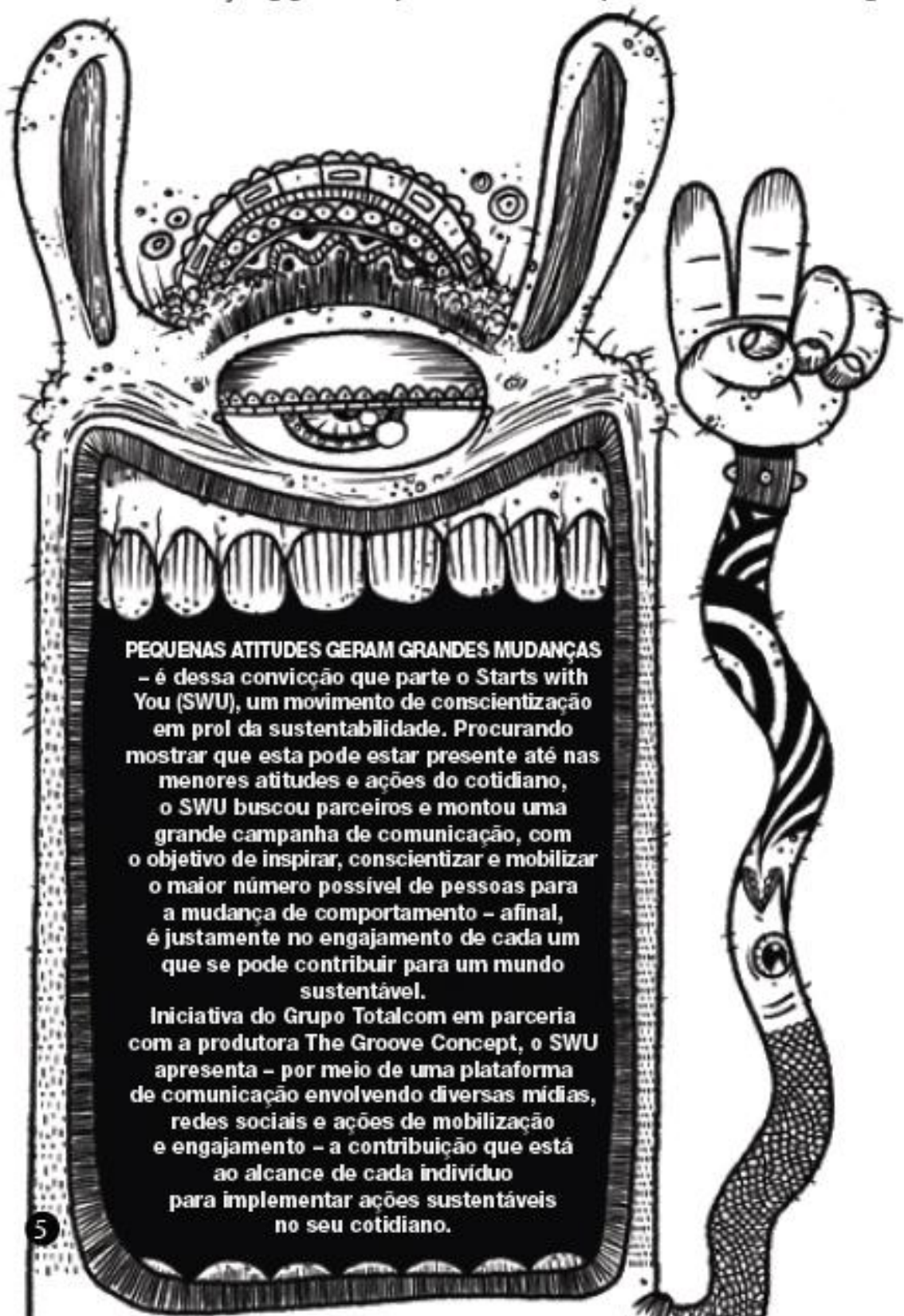


Figura 2.16: Banner SWU;
Fonte: SWU, 2013

O *SWU* é uma iniciativa de Eduardo Fischer, presidente do Grupo Totalcom, que parte do princípio de que pequenas atitudes podem gerar grandes mudanças. O Grupo Totalcom é de origem brasileira e precursor na comunicação integrada na América Latina (SWU, 2013).

A influência de Eduardo Fischer e do marketing foram perceptíveis nos festivais, pois para alcançar seus objetivos o *SWU* realiza vários programas como o Fórum Global de Sustentabilidade, *SWU Music & Arts Festival*, *SWU KIDS*, Concursos Culturais, *SWUTV*, gincana sustentável, dentre outras ações em escolas, universidades, parques públicos e eventos de sustentabilidade (SWU, 2013).

No site do movimento é possível encontrar diversas reportagens de iniciativas ligadas à sustentabilidade realizadas não só no Brasil como no mundo. Atitudes essas que são apresentadas de maneira simples e com o objetivo de incentivar os espectadores e o público a adotar essas medidas e a faz a diferença.

Nos dias 9, 10 e 11 de outubro de 2010, na Fazenda Maeda, localizada a 10km da cidade de Itu, localizada no interior do Estado de São Paulo foi realizado o primeiro *SWU Music & Arts Festival*. O evento foi orientado por três eixos: Música, Arte e Sustentabilidade (SWU, 2013).

As atrações musicais, exposições e amostras de arte que estiveram presentes no festival apresentavam o tema da sustentabilidade. O *SWU Music & Arts Festival* teve como principal objetivo inspirar, conscientizar e mobilizar o seu público, demonstrando que a sustentabilidade pode estar presente em todas as ações e contribuindo para o estabelecimento de práticas sustentáveis de forma inovadora (SWU, 2013).

A primeira edição do festival ofereceu aos participantes 2 palcos principais – Ar e Água – uma tenda eletrônica – Tenda *Heineken Greenspace* – e um palco secundário – Oi Novo Som. Obteve com a participação de 74 atrações musicais e 700 músicos, entre eles bandas e *DJ's* nacionais e internacionais consagrados e bandas independentes do cenário nacional e, ainda, espaço para os artistas que

começaram recentemente seus trabalhos e não possuíam uma grande legião de fãs (SWU, 2013).

Segundo os produtores do evento, o Festival se utiliza da paixão que a música desperta nas pessoas para sensibilizar o público em prol da sustentabilidade. Baseado nos moldes europeus, criaram um festival que ofereceu música e outras formas de arte, criou um ambiente que permite uma convivência mais longa e uma experiência mais intensa que um simples show. O SWU foi capaz de transportar as pessoas para um universo fora de sua rotina, inspirá-las e torná-las muito mais receptivas a informações que possam despertar uma nova consciência (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE SWU, 2010)

Durante a sua realização o festival reuniu 165,4 mil pessoas em torno da música, arte e consciência sobre a sustentabilidade. O público do festival foi formado não só de brasileiros dos 27 estados da federação, mas também de 26 países (África do Sul, Alemanha, Argentina, Bélgica, Botsuana, Brunei, Chile, Colômbia, Costa Rica, Dinamarca, Equador, Espanha, EUA, França, Guatemala, Inglaterra, Israel, Itália, México, Noruega, Omã, Peru, Portugal, Rússia, Uruguai e Venezuela) (SWU, 2013).

O Fórum Global de Sustentabilidade foi realizado em uma tenda especial dentro do *SWU Music & Arts Festival*. Na sua primeira edição teve 26 convidados nacionais e internacionais que apresentaram painéis e participaram de debates em torno de ideias, soluções e experiências positivas para um mundo sustentável. Ao final de cada momento de apresentações o debate é aberto ao público. Depois de três dias de debates e eventos o fórum contou com a participação *in loco* de 3.900 pessoas e registrou 546.492 visualizações na transmissão realizada *online* no portal do movimento (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE SWU, 2010).

A logística de transporte foi pensada para reduzir o número de veículos utilizados. Para isso o festival se utilizou da campanha carona solidária, oferecendo menor custo nos estacionamentos para os carros com 4 pessoas. Além disso, disponibilizou 320 ônibus para realizar o transporte entre a sede do festival e os bolsões de estacionamento localizados em São Paulo e Itu. Ao total, foram

utilizados 42.970 carros pelos participantes do festival, 1.368 vans de caravanas particulares e 1.437 ônibus, sendo que 320 destes foram oferecidos pela organização (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE SWU, 2010).

Para oferecer maior comodidade, propiciar um ambiente de confraternização e diminuir as viagens e a utilização de transporte, dentro da arena do festival dispunha de uma área para camping, em que 5.163 participantes ficaram hospedados. Além do camping foi disponibilizada área para moto-home, utilizada por 120 pessoas e chalés que hospedaram 364 pessoas. E ainda, a organização se assegurou que num raio de 70 km do festival a rede hoteleira tivesse capacidade para alojar 8 mil pessoas (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE SWU, 2010).

O SWU possui um diferencial com relação aos demais festivais apontados anteriormente, o propósito da sua realização é a divulgação de conceitos e formas de aplicação da sustentabilidade em seu dia a dia, utilizando-se do momento de descontração propiciado pela música para que as pessoas estejam mais receptiva as informações passadas.

Vale ressaltar que a pesquisadora esteve presente nas duas primeiras edições do festival realizando a pesquisa exploratória. As observações realizadas durante o evento serão apontadas no capítulo 6 “Relato e análise dos casos pesquisados”

2.15 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS FESTIVAIS AO LONGO DOS ANOS

Ao final da tentativa de trazer os principais festivais de música e a sua contribuição para a consolidação do fenômeno “festival de música” que existe atualmente, ressalta-se atualmente que existem muitos outros eventos que não foram citados. Não se desconsidera sua importância, mas são festivais que seguiram as tendências sem nenhuma inovação significativa para o universo dos eventos de música. Foi utilizada, ainda, como uma linha a ser seguida, a publicação que aponta os 18 festivais de música que marcaram a história destes eventos.

Com a descrição e apresentação dos principais festivais de música ao longo dos anos, pode-se observar que os Estados Unidos foram o berço dos festivais, com a realização dos primeiros festivais, (*Monterey* e *Woodsock*), entretanto foi na

Inglaterra onde eles encontraram um ambiente favorável e se desenvolveram, até 1992 com a realização do *Castelmorton*, quando foi criada uma lei que restringia e proibia este tipo de evento.

Outro aspecto curioso é que os cinco primeiros festivais citados - *Monterey*, *Woodstock*, *The Isle of Wight*, *Glastonbury* e Águas Claras - tinham suas entradas gratuitas ou com valores simbólicos, o que aparenta que os eventos não possuíam o caráter comercial e sim o objetivo da interação e da confraternização entre os artistas e os participantes, mesmo que em alguns casos isso significasse prejuízo aos organizadores.

Percebe-se, também, que não existe um molde ou um local ideal para a realização de festivais, tendo em vista que dentre os citados muitos deles aconteceram em fazendas e parques, mas também em ilhas e praias isoladas e em espaços criados para eventos, como autódromos e estádios. Em sua maioria, os festivais são realizados em áreas isoladas e mais afastadas de grandes centros urbanos. Infere-se que isto se justifica pela necessidade de “privacidade” para realizar o festival e para criar o ambiente ideal para sua realização, como também para não invadir a “privacidade” dos que não estarão presentes.

Observa-se que os festivais de música acompanharam os estilos musicais, que em alguns momentos deixaram de ser somente um estilo de música, e se tornaram um estilo de vida. Entretanto, os estilos predominantes são o rock, e suas ramificações, e a música eletrônica. Ressalta-se que hoje em dia existem festivais de música de vários estilos, como o sertanejo e o axé.

Os eventos estudados também apresentam uma evolução em seu formato, com mais atrações, diferenciação de estilos musicais, adequação de infraestrutura, inserções de diversões paralelas às apresentações musicais. Tudo isso visando enriquecer a vivência durante o festival e proporcionar aos participantes inovações inesperadas.

A evolução pode ser vista, também, com a preocupação com o meio ambiente, muitos dos festivais abordados tratam desta questão com muito vigor. No

SWU, por exemplo, a preocupação com o meio ambiente é o que faz com o que o festival aconteça.

Identifica-se nos festivais a tentativa de cada vez mais causar menos impactos nos locais que o recebem e proporcionar benefícios às comunidades que estão próximas a sua realização. Mesmo os grandes festivais como *Rock in Rio*, *Glastonbury* e *Universo Paralelo*, possuem inúmeras políticas para reciclagem do lixo produzido e diminuição do impacto causado pelo festival.

No Brasil, tem-se como marco inicial dos festivais o *Rock in Rio*, por ter sido o primeiro evento com artistas internacionais de renome e por se manter até os dias atuais. O *Rock in Rio* deixou, também, um legado para o país, que foi a sua inserção na rota das turnês dos artistas internacionais, que antes da realização do festival não cogitavam realizar shows no Brasil.

Entretanto, a partir de 2005, detecta-se um número crescente de festivais e apresentações internacionais no país.

Os festivais de música se desenvolveram dentro de uma situação histórica que permitiu o seu avanço, foi o espaço em que os jovens encontraram para manifestar-se, para buscar uma mudança de paradigma na sociedade. O avanço do turismo também contribuiu para que os grandes eventos musicais se consolidassem.

Não se pode desconsiderar a globalização e o avanço da tecnologia de comunicação, que possibilitaram maior interlocução, mobilização e envolvimento das pessoas em prol de uma ideia. Mas com a existência e maior difusão de equipamentos de hospedagem, facilidades de transportes e compras de bilhetes, guias turísticos como informações das cidades, o deslocamento, a busca e a chegada até ela, mesmo que para a participação de um festival, se torna mais fácil.

Sendo assim, observa-se que o avanço dos festivais de música progride juntamente com o turismo, inclusive na ideia de se desenvolver de forma mais sustentável. Com a inserção de hospedagens alternativas (como camping), oferecer facilidades de acesso e mostrar aos possíveis interessados as atrações que o evento terá a oferecer. Os festivais de música se afirmam cada vez mais como uma experiência proporcionada pelo turismo e se aproximam (ou se une) ao fenômeno do turismo.

O Quadro 2.1 sintetiza os festivais de explorados e a Figura 2.17 apresenta estes eventos dispostos em uma linha do tempo.

Festival/Ano	Local	Relevância
Monterey International Pop Festival - 1967	Estados Unidos	Primeiro Festival de música internacional
Woodstock Music & Art Fair - 1969	Estados Unidos	Movimento social e cultural
The Isle of Wight – 1970	Inglaterra	Primeiro festival europeu, realizado em uma ilha
Glastonbury – 1970	Inglaterra	O maior festival do mundo
Águas Claras - 1975	Brasil (Iacanga/SP)	Realizado durante a ditadura militar
Monsters Of Rock - 1980	Inglaterra	Programação de <i>Hard Rock</i> e <i>Heavy Metal</i>
Rock in Rio – 1985	Brasil (Rio de Janeiro)	Maior festival brasileiro
Lollapalooza - 1991	Estados Unidos	Festival itinerante, diversidade
Castlemorton - 1992	Inglaterra	Aconteceu de forma ilegal
Tribal Gathering - 1993	Inglaterra	Primeiro festival de música eletrônica
Skol Beats – 2000	Brasil (São Paulo e Curitiba)	Primeiro festival de música eletrônica no Brasil
Universo Paralelo - 2000	Brasil (Pratigi/BA)	Acontece na semana do ano novo
Planeta Terra - 2007	Brasil (São Paulo)	Evento brasileiro
SWU – Começa com Você - 2010	Brasil (São Paulo)	Movimento em prol da sustentabilidade

Quadro 2.1: Síntese dos festivais de música

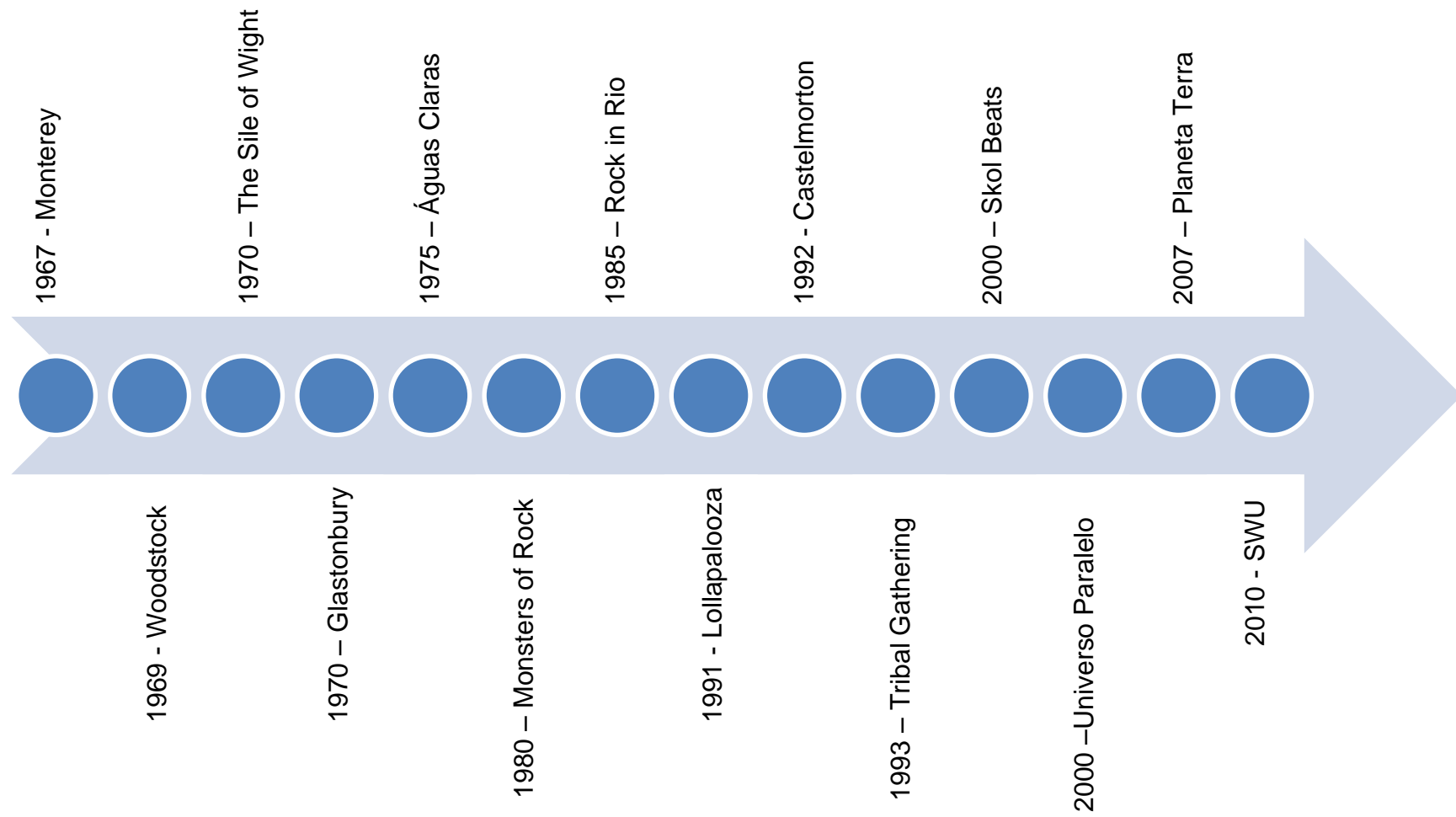


Figura 2.17: Linha do Tempo dos Festivais de Música

3. OS FESTIVAIS DE MÚSICA E O TURISMO

A partir da evolução dos eventos ao longo dos anos e da descrição dos festivais de música, observa-se que estes eventos em muitos momentos tiveram o seu desenvolvimento possível devido ao avanço do turismo. Ressalta-se também a dependência de alguns serviços e equipamentos turísticos para que estes eventos sejam possíveis.

Este capítulo visa à elaboração e o melhor entendimento dos conceitos que compõe estes fenômenos para que, com base na literatura, seja possível identificar as semelhanças e singularidades que os aproximam e os distanciam, que são comuns entre eles e que sirvam de base para a análise.

3.1 EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE TURISMO

A atividade do turismo surge como atividade economicamente organizada, durante a modernidade a partir da industrialização, que entre inúmeras mudanças, tornou possível a instituição das férias remuneradas. Entretanto, é durante a pós-modernidade que o turismo se desenvolve, devido à redução do tempo e espaço possibilitado pelas comunicações, meios de transportes e redes de informações. Essa atividade se desenvolveu junto com o capitalismo, sendo, portanto, uma atividade de grandes impactos e resultados econômicos (PIRES, 2009; GASTAL, 2005; MOESCH, 2000).

O turismo é tido como uma atividade pós-moderna, pois como apresentado por Maffesoli (1998), ocorre uma intensa relação de consumo gerada pelos elementos diversos disponíveis. Não se trata apenas de um consumo materialista, mas sim uma busca por vivenciar experiências, por tornar “realidade” o que se vivencia na imaginação.

Essa necessidade de vivenciar experiências também é relatada por Pires (2009) que aponta que junto com a globalização veio à ideia da “homogeneização das culturas”. O autor aponta que houve a perda das identidades e a aproximação das culturas de forma a se tornarem uma só.

No entanto, essa é uma premissa que não se confirma, pois Pires (2009) mostra que a ideia do “homogêneo” permitiu a valorização do outro, das diferenças

culturais, das particularidades que em muitos casos passou a ser evidenciada e a ter um valor, não só para o turismo, como também para a sociedade.

Por muitos anos, o turismo foi estudado como uma “indústria sem chaminés” ou como uma atividade puramente econômica. Até hoje está como campo científico dentro da administração e da economia, apesar de sabermos que o turismo vai muito além do setor econômico (GASTAL, 2005).

Uma conceituação da atividade turística, dos elementos que a compõe, das áreas de atuação e dos resultados gerados por ela é algo complexo que ainda não se tem de forma consolidada. Isto ocorre pois entende-se que o turismo permite várias abordagens, de acordo com a ótica e necessidade de análise. Por isso existem tantas classificações, tipologias e conceituações, que muitas vezes acabam fazendo uma fragmentação excessiva e limitando a percepção da atividade.

Moesch (2000, p. 12) quando se refere ao turismo sendo observado da ótica econômica mostra que esta é uma observação reducionista, pois

se o turismo for entendido como mera atividade econômica, sua análise passa a vir recheada de índices estatísticos, projeções de crescimento, planos e projetos de nível macro e micro, estudos de demandas, viabilidade econômica de investimento, custo-benefício entre produção e consumo, limitando-se a uma análise aparente do fenômeno.

Hoje, já se sabe que essa observação puramente econômica não é o suficiente para o entendimento da atividade turística.

Muitos dos casos em que o turismo é um destruidor da natureza ou das culturas locais existem porque no momento de pensar, planejar e executar a atividade, o único aspecto analisado foi o econômico. Sem observar as transformações na paisagem do local e na vida das pessoas, sem inserir a comunidade na atividade, de forma que ela seja beneficiada pelo turismo, isto é, sem pensar a atividade como um todo. Por isso, se faz necessário entender o turismo em toda a sua complexidade, para que a fragmentação não permita desconsiderar certos aspectos, de forma a gerar consequências negativas (MOESCH, 2000).

Urry (2001, p. 16) aponta que “o turismo, as férias e as viagens são fenômenos sociais mais significativos que a maioria dos comentadores têm levado em consideração.”

Gastal (2005, p. 12) auxilia no processo de conceituação ao apontar que “falar em turismo significará fazer referência àquelas pessoas que *saem das suas rotinas espaciais e temporais* por um período determinado.” Esse deslocamento, espacial e temporal, não é mais ou menos significante se ultrapassa fronteiras nacionais ou internacionais, pois o que há em comum em todos esses deslocamentos é o estranhamento, a “ansiedade diante do novo”.

A conceituação da autora reforça a necessidade de abordar o turismo como uma atividade sociocultural, pois envolve o encontro e a interação entre o turista e o local. Além disso, a ansiedade pelo novo é uma característica puramente cultural, que está atrelada ao grupo em que o turista está inserido.

Complementando o conceito proposto pela Gastal, Urry (2001) aponta que o turismo envolve o conceito de “afastamento”, ou seja, de uma ruptura com a rotina e com as práticas do dia a dia, o que permite que os sentidos dos turistas se abram para o novo, para o conjunto de estímulos que contrastam com o cotidiano.

Beni (2007) aponta que o turismo pode ser entendido como um processo de fruição do espaço natural e cultural, por meio da utilização de serviços e equipamentos específicos, tais como transporte, alojamento, recreação e alimentação.

Com o intuito de chegar a uma conceituação mais completa, Moesch (2000, p. 9) afirma que:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório dessa dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.

Com isso, Moesch defende o turismo como um fenômeno social. Esse fenômeno traz consequências econômicas, mas não é o econômico que está na base e faz com que a atividade exista. As necessidades, o produto turístico e a

interação entre o turista e o local são relações sociais que devem ser observadas a fundo.

Tendo em vista que a comunicação é um elemento fundamental para o turismo, Maffesoli (1998) aponta que ela é uma consequência do desenvolvimento tecnológico. A comunicação rompeu barreiras não só de divulgação, mas também de formação de percepções, de imaginários e de virtualidade, sendo muitas vezes um formador de opinião, de cultura e até mesmo de modelos.

O turismo oferece justamente essas percepções, imaginários e virtualidade. Através do poder e do impacto da comunicação é possível saber da existência de lugares antes longínquos e sem importância. Entretanto, é comum ver determinadas praias na televisão, tidas como lugares paradisíacos sem muita influência humana e alguns anos depois o local ter se tornado uma praia populosa e sem suas características originais.

O Ministério do Turismo aponta que:

É necessário entender, que o turista hoje tem expectativas que vão além da contemplação passiva dos atrativos. Esse novo perfil de turista, ativo e criativo, quer realizar um desejo além de se sentir um ator importante na construção do destino visitado. Este turista, que está cada vez mais autônomo e bem-informado, busca envolver os parentes e amigos nesse processo, fazendo com que a viagem não seja somente lazer, mas também uma atitude militante de partilhar o ambiente, a comunidade visitada e a cultura local, vivendo experiências inesquecíveis e obtendo o poder de convencer os próximos a tomarem essa atitude; viajar com inteligência. (ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA, 2013)

Duarte (1998) aponta que se faz necessário verificar até que ponto a realidade virtual, transmitida por meio de vídeos promocionais e sites de multimídia, substituem a experiência real vivida em determinado local, possível no turismo.

Moesch (2002) ressalta que seguindo as tendências socioeconômicas da contemporaneidade, os processos evolutivos demonstram que cada vez mais a experiência substituirá gradativamente os serviços. Isto porque o valor econômico está centrado nas experiências, deste modo os turistas buscam novas perspectivas, atendimentos mais humanizados que coincidam com seus desejos e expectativas de conhecer outro mundo.

3.2 EXPERIÊNCIA, VIVÊNCIA, MOTIVAÇÃO E IMAGINÁRIO

3.2.1 EXPERIÊNCIA E VIVÊNCIA

Pezzi e Santos (2012) apontam que nos últimos anos os autores do turismo vem buscando entender a relação entre a experiência e o turismo e suas características. Estes estudos ressaltam que o turista busca ser ator na própria viagem, mais do que o turismo já pressupõe, buscando vivenciar acontecimentos marcantes.

Em que se define a experiência? Devido a sua grande possibilidade de aplicações não se tem uma definição concreta. De acordo com o Michaelis Moderno Dicionário de Língua Portuguesa, experiência significa:

sf (lat *experientia*) 1 Ato ou efeito de experimentar. 2 Conhecimento adquirido graças aos dados fornecidos pela própria vida. 3 Ensaio prático para descobrir ou determinar um fenômeno, um fato ou uma teoria; experimento, prova. 4. Conhecimento das coisas pela prática ou observação. 5 Uso cauteloso e provisório. 6 Tentativa. 7 Perícia, habilidade que se adquirem pela prática. Antôn(acepções 2, 4 e 7): inexperiência. (MICHAELIS MODERNO DICIONÁRIO DE LINGUA PORTUGUÊSA, 2013)

Por meio desta definição pode-se compreender que uma das ramificações do significado de experiência é a vivência, o contato do ser humano com o meio, algo que só ele pode sentir e perceber, algo extremamente particular e subjetivo, sobretudo se levar em consideração a possibilidade de agregar experiências, e que uma influencie em outra.

A experiência possui conteúdos importantes. É o mundo em si, que nos é representado, e o modo como encaramos e vivemos o mundo é manifesto por nossas palavras e atitudes. O relacionamento com a própria experiência envolve memória, reconhecimento e descrição, todos aprendidos por habilidades exercidas nas relações interpessoais, seja em grupo mais restrito, seja na sociedade. (Oxford University Press, 1996, p. 130 *apud* PANOSSO NETTO; GAETA, 2010, p. 26).

Pezzi e Santos (2012) apontam que existe uma dicotomia entre a mera experiência e uma experiência, sendo a mera experiência uma relação passiva e de aceitação dos acontecimentos, enquanto que uma experiência é vivenciada por um agente transformador e formativo, que passar por choques e busca dar sentido a eles.

Vale ressaltar que o ser humano é um ser emocional. Emoção esta que desde os primórdios sempre lhe auxiliaram no processo de sobrevivência, seja pelo medo, angústia, extinto, dentre outros. (SOARES, 2009).

A autora aponta ainda que a psicologia define emoção como “reação intensa e breve do organismo a um lance inesperado, a qual se acompanha um estado afetivo de conotação penosa ou agradável” e “Estado de ânimo despertado por sentimento estético, religioso, etc” (SOARES, 2009, p. 19).

Uma experiência vivenciada pelo ser humano causa uma emoção, que, por sua vez, irá despertar sentimentos e sensações. No universo do turismo diversas situações podem exemplificar uma experiência, como por exemplo: fazer rapel em uma cachoeira, momento em que há uma descarga de adrenalina pelo desafio, sensação de prazer pela realização, ou a sensação de harmonia ou liberdade pela paisagem deslumbrante (SOARES, 2009).

Entretanto, o “turismo de experiência”, assim como o “turismo sustentável”, entrou em evidência e muitas empresas adotaram o título sem modificar sua forma de atuação. Panosso Netto e Gaeta (2010) apontam que para ser uma experiência é necessário que as viagens superem os aspectos estereotipados e convencionais e proporcionem aos viajantes um enriquecimento pessoal que de alguma forma a experiência fique marcada no visitante.

Com relação ao Turismo Sustentável, cabe comentar que esta prática de turismo se converteu em um elemento a ser inserido na prática do turismo, tendo em vista que o Turismo Sustentável pressupõe atitudes mais responsáveis no turismo, tais como minimizar os impactos negativos econômicos, sociais e ambientais; garantir benefícios econômicos para a comunidade local; envolver a comunidade local nas decisões que afetem suas vidas; promover o respeito entre as culturas dos turistas e as comunidades receptoras; e promover mais experiências positivas para o turismo por meio das conexões estabelecidas com a comunidade local (TOWN, 2002).

Martins (2006) aponta que cada vivência do turismo proporciona uma experiência única que é influenciada por uma série de variáveis que atuam em diferentes momentos.

Segundo o autor, quando a literatura aborda o comportamento do consumidor quanto à variável Motivação ela perpassa por aspectos de personalidade. Por isso a teoria da personalidade e a da motivação possuem uma leve interconexão.

3.2.2 MOTIVAÇÃO

Outro conceito que deve ser estudado é a Motivação, Tadin et al (2005) aponta que a “motivação” tem sido utilizado em diferentes sentidos, o que torna difícil a sua conceituação.

Chiavenatto (2003) aponta que o comportamento individual das pessoas está pautado pelas suas motivações. Maslow (1908 – 1970 apud CHIAVENATTO, 2003, p. 329 - 330) apresentou a teoria da motivação em que apresenta as necessidades humanas dispostas em níveis, em uma hierarquia de importância e de influência. Hierarquia esta que pode ser representada por uma pirâmide, conforme apresentado na Figura 3.1.

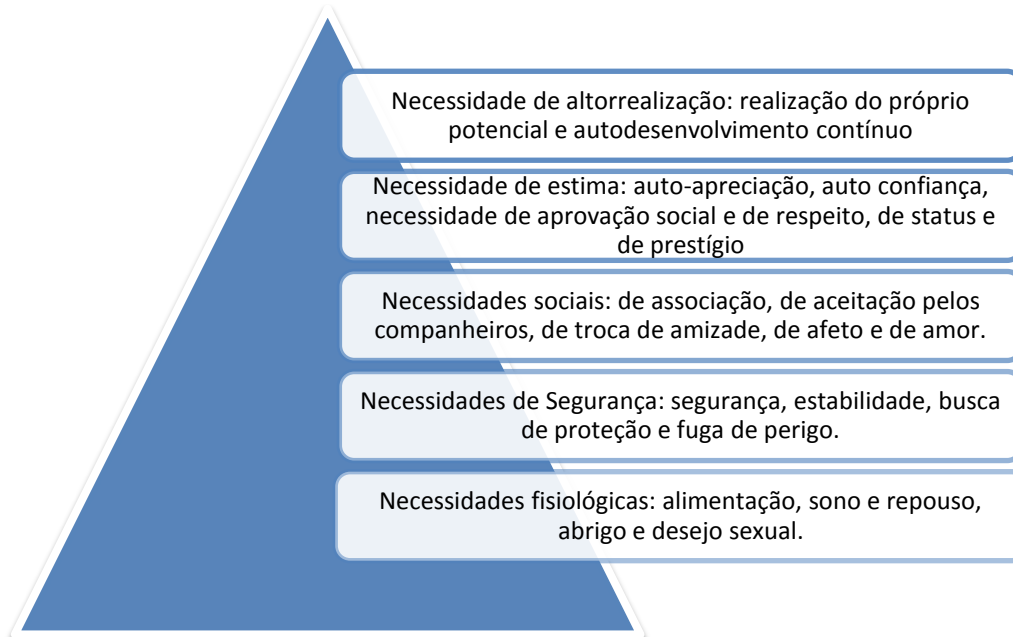


Figura 3.1: Pirâmide de Maslow;
Fonte: CHIAVENATTO (2003); MAXIMIANO (1980).

As necessidades fisiológicas constituem-se no nível mais baixo de necessidades humanas, entretanto são de vital importância. Estão relacionadas com a sobrevivência do indivíduo e com a preservação da espécie. As necessidades

fisiológicas são instintivas e já nascem com o indivíduo (MAXIMIANO, 1980; CHIAVENATTO, 2003).

As necessidades de segurança constituem-se do segundo nível das necessidades humanas e surgem no comportamento quando as necessidades fisiológicas estão relativamente satisfeitas (MAXIMIANO, 1980; CHIAVENATTO, 2003).

As necessidades sociais surgem no comportamento humano quando as necessidades de níveis mais baixos (fisiológicos e de segurança) encontram-se relativamente satisfeitas. Quando as necessidades sociais não estão minimamente satisfeitas o indivíduo torna-se resistente e hostil em relação às pessoas que o cercam (MAXIMIANO, 1980; CHIAVENATTO, 2003).

As necessidades de estima estão relacionadas com a maneira pela qual o indivíduo se vê e se avalia. Envolve, ainda, o desejo de força e adequação, de confiança perante ao mundo. A satisfação destas necessidades conduz a sentimentos de autoconfiança, de valor e de capacidade, enquanto que a sua frustração induz os sentimentos de inferioridade, fraqueza, dependência e desânimo (MAXIMIANO, 1980; CHIAVENATTO, 2003).

As necessidades de autorrealização se referem às necessidades humanas mais elevadas. Estão relacionadas com a realização do próprio potencial e autodesenvolvimento contínuo. Esta tendência pode ser expressa por meio de um impulso que o indivíduo possui para se tornar sempre mais do que é, e de vir a ser tudo o que pode ser, ou seja, melhorar sempre (MAXIMIANO, 1980; CHIAVENATTO, 2003).

Candioto (2012) aponta que dentro da pirâmide de necessidades proposta por Maslow, pode-se entender que as atividades de lazer, recreação e turismo fazem parte do que se entende por necessidades complementares, apontadas nos patamares mais elevados da pirâmide: necessidades de autoestima e de autorrealização, onde, portanto, estaria localizado o turismo.

Mowen e Minor (2003 *apud* MARTINS, 2006) entendem que motivação se refere a um estado de uma pessoa que a conduz a um comportamento voltado a um objetivo. Sendo que a motivação é constituída por uma série de necessidades,

sentimentos e desejos que conduzem a pessoa a este comportamento. Os autores pontuam que a motivação começa com um estímulo que parte do próprio consumidor ou de um ambiente externo que o faz reconhecer a necessidade.

Schiffman e Kanak (2000 *apud* MARTINS, 2006) descrevem a motivação como uma força motriz interna dos indivíduos que os leva a agir, essa força motriz existe em função de uma necessidade não satisfeita. Apontam, ainda, que esta força pode ser tanto consciente como inconsciente e que as pessoas se esforçam para reduzir essa tensão por meio de um comportamento que imaginam que o irá levar a satisfazer suas necessidades.

Aplicando ao turismo, Martins (2006, p. 31) aponta que a motivação pode ser compreendida como o que move as pessoas, a força motriz do comportamento humano. Sendo que “toda e qualquer pessoa pode listar uma série de objetos que deseja e pelos quais pode realizar grandes esforços”.

Diante do apresentado pelos autores, entende-se que a motivação é algo que faz parte das nossas vidas, mesmo que muitas vezes não esteja claro para cada um o que é que o motiva. Entretanto, essa “força motriz” sempre está lá impulsionando o ser humano a fazer, conquistar, construir, usufruir, se dedicar a algo.

O turismo está inserido dentro do rol de necessidades que motivam as pessoas a algo. Vale ressaltar que a mídia tem um papel importantíssimo no processo de formação destas necessidades. Martins (2006) ao refletir sobre o tema aponta que o papel do marketing é justamente descobrir a motivação interna do seu público para gerar neles a necessidade de consumir algo.

No turismo, a mídia é responsável não só por despertar em cada um a necessidade, como também de apresentar as inúmeras possibilidades que o turismo proporciona, seja a beleza exuberante da natureza, a cultura exótica de algum povo, a gastronomia característica de algum lugar, as atividades radicais seguras disponíveis para os públicos, os maiores centro de compras, dentre muitas outras possibilidades inseridas no turismo.

Sendo assim, Martins (2006, p. 55) aponta que o processo de motivação no turismo começa no ambiente de trabalho podendo ser potencializado pelas pressões sociais institucionais. Se a pessoa possuir as condições primárias - condições financeiras, físicas e tempo – esta pessoa poderá se afastar temporariamente do seu dia a dia, tornando-se um turista em potencial.

A partir deste processo surge as expectativas de viagem, onde essa pessoa poderá ser influenciada pela mídia e optar por alguma das possibilidades do turismo.

Dann (1981 *apud* Martins, 2006, p. 55) identificou sete características motivacionais dos turistas:

- 1) Viagem como resposta para o que está faltando e ainda desejado;
- 2) Fatores que puxam na destinação (*pull factors*) em resposta aos fatores motivacionais empurram (*push factors*) para fora do habitat;
- 3) Motivação como uma Fantasia;
- 4) Motivação como um propósito, um objetivo;
- 5) Tipologias motivacionais;
- 6) Motivação e experiência;
- e 7) Motivação como uma autodefinição e significado.

Martins (2006) aponta, ainda, que as motivações podem ser Físicas: relaxamento do corpo e da mente, prazer (divertimento, romance, entretenimento); Culturais: curiosidade sobre países estrangeiros, lugares e pessoas, interesses em artes, música, arquitetura, folclore, locais históricos, eventos internacionais dentre outros; Pessoais: visita a parentes e amigos, conhecer pessoas novas; e Motivação de Prestígio e Status: atividades de hobbies, educação e aprendizagem, objetivos profissionais, elevação de ego e indulgência sensual.

Vale ressaltar que não necessariamente o viajante só teria uma motivação, mas que elas podem ser combinadas e complementadas umas pelas outras.

3.2.3 IMAGINÁRIO

O imaginário é um elemento que integra a expectativa da experiência, ou seja, a sua motivação. Segundo Maffesoli (1998), o imaginário é constituído de um conjunto de desejos, imaginações, simbologias que constroem a vida social e também o turismo. Com o decorrer do tempo, o avanço da tecnologia e o maior alcance da comunicação, a publicidade e a mídia passaram a gerar novos imaginários, construir novas imagens que influenciam nas pessoas o que comprar, o que esperar e aonde querem chegar.

Gastal (2005) ressalta que a imagem é a forma com que os cidadãos, os turistas ou os negócios reagem ao lugar. É a soma das crenças, das ideias e das impressões que as pessoas possuem dele. As imagens dos lugares são a simplificação de várias informações associadas relacionadas ao local. Pode-se dizer que é a essência dele, ou pelo menos a essência do que ele mostra ou remete. No entanto, a imagem é uma construção pessoal de cada indivíduo e pode ser variável para um mesmo local.

Maffesoli (1998) ressalta que não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário a cerca de determinado local é quem molda a sua imagem, sendo, portanto, o resultado.

Gastal (2005) pontua ainda que, segundo estudos recentes, o que é consumido não são os produtos em si, mas sim a imagem, a aura, a eles estabelecida. Portanto, produzir e consumir imaginários passou a fazer parte das necessidades básicas humanas.

Para Juremir Machado da Silva, o imaginário é um reservatório-motor. Como reservatório agrega imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leituras de vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e aspirar ao estar no mundo. [...] Como motor, o imaginário seria o sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Funciona como catalisador, estimulador e estruturador dos limites das práticas. [...] o homem age porque está mergulhado em correntes imaginárias que o empurram contra ou a favor dos ventos. (GASTAL, 2005. p. 11 e 12.)

O turismo e os festivais de música não trabalham apenas com produtos concretos, mas com múltiplos imaginários. No dia a dia, no turismo e, também, nos festivais musicais, o ambiente está repleto de imagens, de imaginários e de pessoas das mais variadas formas, que geram efervescência e dinâmicas próprias e dão o real sentido a estes momentos de acordo com o imaginário de cada um.

Para que haja um imaginário de um destino, ou um espaço turístico é necessário um lugar, um ambiente para que a atividade ocorra. Esse espaço por alguns autores do turismo é considerado um não-lugar (GASTAL, 2002; DIAS, 2002; IGARRA, 2003). Augé (1994, p. 87) define os não-lugares como “os espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços”.

Com isso, Augé aponta que os não lugares são lugares construídos, criados, modelados para alcançar certo objetivo, mas, sobretudo, são lugares de passagem, onde não se concretiza nenhuma relação afetiva ou de memória e não se tem uma relação temporal histórica. São lugares ditos sem identidade, pois nele não se consolida uma cultura ou um elo. (AUGÉ, 1994)

No entanto, a definição de Augé (1994) nos faz refletir que um mesmo espaço pode ser considerado lugar e não-lugar, dependendo da forma com que cada um se apropria dele. Por exemplo, um aeroporto: em geral é considerado um não-lugar, pois é apenas um lugar de passagem, onde não há troca de afetividade ou uma cultura fixada. No entanto, podemos pensar se para um casal apaixonado que terá que se despedir e ali passaram horas e momentos marcantes nas suas vidas, o aeroporto não se tornaria um lugar de memória?

Para o turismo, os não-lugares são aqueles lugares criados para a experiência. Lugares em que foram construídos de forma artificial para se tornar um destino turístico, e portanto, não-lugares.

O ícone na semiologia constitui um signo que apresenta relação de semelhança, um espaço icônico reproduz a aparência do mundo real. Os lugares rodeados dessa iconicidade tentam representar um simulacro, ou um não-lugar, na visão de Marc Augé. O turismo reproduz simulações de lugares famosos numa espécie de clonagem, tanto de espaços tangíveis como dos não tangíveis, buscando a mais exata similaridade, mas uma vez aparece o mundo do faz-de-conta no turismo. (BARBOSA, 2001. p. 55)

Um bom exemplo de não-lugar no universo do turismo é o mundo *Walt Disney*, pois é uma criação artificial criada para se estabelecer e se fortalecer. Um lugar onde tudo que se vê é artificial e construído para estar ali, inclusive os personagens e a forma de interação com o público são criadas de forma a se parecer ao mundo imaginário. Os sentimentos gerados, as músicas, as comidas e até mesmo os serviços são pensados para criar um ambiente de sonho.

A proposta da Disney é fazer com que você viva em um sonho e se sinta parte dele, sendo assim, o complexo alcança de forma extraordinária o seu objetivo. No entanto, ela trabalha com elementos falsos, que não existem, que são artificiais e construídos para estimularem este propósito no seu público (GASTAL, 2005).

3.3 FESTIVAIS DE MÚSICA

No caso dos festivais musicais, ocorre algo similar ao que se passa no *Walt Disney World*, pois os espaços são construídos artificialmente, no entanto, não possuem somente o objetivo de oferecer ao público música de qualidade, palcos de tamanhos exorbitantes. Buscam oferecer, também, um lugar que te transporte: ao entrar ali o participante atravessa um portal entre o real e o imaginário, um lugar em que muitos se veem reconhecidos e acabam construindo uma relação afetiva com o lugar.

Os festivais de música tem o objetivo de criar um lugar que proporcione experiências em todos os sentidos, que a cada dia são exploradas das mais variadas formas, por exemplo: rodas gigantes, montanhas russas, praças de alimentação, áreas de descanso compostas por pufes, espaço de interação com patrocinadores, dentre muitos outros.

Augé (1994, p. 87) destaca ainda que a “supermodernidade é produtora de não lugares, isto é, de espaços que não são em si lugares antropológicos²⁵”. Nesta colocação Augé mostra que na supermodernidade os lugares de passagem, os *fast foods* e espaços criados para satisfazer as necessidades são inúmeros. No entanto, não se tem com eles uma troca, uma apropriação, uma afetividade.

Já para o turismo, a supermodernidade possibilitou a criação de inúmeros lugares propícios para a experiência, como é o caso de Dubai²⁶, onde um deserto se transformou em grande destino turístico. Pode-se considerar que isso se deve a constante busca pelo novo, pela perfeição, pelo ideal, mas que afasta cada vez mais da realidade.

Inserido no contexto desta busca constante pelo novo, Allen (et al, 2003) aponta que atualmente, os eventos são essenciais à nossa cultura como jamais

²⁵ Lugares antropológicos são os lugares que possuem um histórico e uma memória atrelada a determinado espaço, fácil de ser observada em tribos indígenas, por exemplo, que se apropriam de um espaço e aquele local passa a fazer parte de sua história e de suas vidas, criando com o local uma relação afetiva e de memória. (AUGÉ, 1994)

²⁶ É um dos sete Emirados Árabes Unidos (EAU) e a cidade mais populosa dos emirados. Está localizada ao longo da costa sul do Golfo Pérsico na Península Arábica na Ásia. O município muitas vezes é chamado de "Cidade de Dubai" para diferenciá-lo do emirado. A cidade é conhecida mundialmente por ser moderna e "futurista" com enormes prédios, largas avenidas, hotéis diferenciados, arquipélagos artificiais, dentre outros (ARAUJO, 2010).

foram. Isso porque o maior tempo a ser dedicado ao lazer e uma forma de utilização de recursos mais consciente levaram à proliferação de eventos, celebrações e entretenimento.

Brito e Fontes (2002) apontam que a realização de eventos contribuem fortemente para o desenvolvimento do turismo na região que o abriga, pois induz a utilização de equipamentos e serviços turísticos da região promotora e, também, a divulgação como citado anteriormente. Mas as autoras ressaltam que os eventos devem ser pensados não só como uma atividade econômica, como também pelo viés social, de forma a gerar benefícios para os empreendedores e para a população receptora.

Conforme descrito ao início do trabalho, desde os primórdios os seres humanos celebram os momentos marcantes de suas vidas, mudança de estações, fases da lua, momento de colheita, dentre muitos outros. Estas celebrações não estão restritas a uma cultura específica, mas sim ao ser humano em si (ALLEN et al, 2003).

Desde a festa *corroboree* dos aborígenas ao Ano Novo Chinês, dos ritos dionísicos dos gregos antigos à tradição de carnaval na Europa medieval, mitos e rituais foram criados para interpretar acontecimentos cósmicos. Até os nossos dias, por trás de figuras conhecidas como o Old Father Time (o Velinho do tempo) australiano e Papai Noel sobrevivem velhos mitos, aquétipos e celebrações ancestrais. (Allen et al, 2013, p. 4.)

Os autores apontam, ainda, que essa necessidade de marcar as ocasiões ocorrem tanto em público como de forma particular, entre família.

A partir da apropriação de conceitos, que não o de festivais de música, mas que podem complementá-lo, no âmbito deste trabalho entende-se como Festival de Música eventos que promovem a interação, combinem cultura e lazer em um único espaço, que tenham um número expressivo de participantes, que possua um planejamento e objetivos definidos, mas que acima de tudo promovam uma celebração, que provoquem uma ruptura no cotidiano, e propiciem uma experiência.

3.4 EVENTOS ESPECIAIS

Tendo em vista que os festivais de música possuem um número reduzido de publicações que o conceituam e a necessidade de se entender a temática, utilizou-

se os conceitos de “eventos especiais” e de “mega eventos”, pois entendeu-se que os festivais de música podem se enquadrar dentro destes conceitos.

Allen (et al, 2003) discorre sobre o conceito de “eventos especiais” apontando que estes eventos foram criados para proporcionar celebrações específicas que tenham sido deliberadamente planejados e criados para atingir metas e objetivos específicos e podem ser de cunho social, cultural ou corporativo.

Diante do conceito apresentado pelos autores e em uma condição de imersão aos festivais de música, não se pode deixar de identificar às suas semelhanças dentro desta conceituação. Pois a partir da descrição dos festivais de música realizada no capítulo anterior “Celebração dos festivais de música: um estudo da evolução ao longo dos anos”, observa-se claramente que os festivais são eventos criados e planejados, com vários objetivos, e que em muitos momentos estes objetivos eram puramente sociológicos e que somente na atualidade se tornaram mercadológicos. Entretanto, esta mudança de objetivos não alteraram a concepção do evento, a harmonia do público e o seu caráter cultural.

Gertz (1997 p. 4) sugere duas definições para os eventos especiais, uma do ponto de vista do organizador e outra do ponto de vista do consumidor:

1. Evento especial é todo evento excepcional ou infrequente que aconteça fora dos programas ou atividades normais do grupo patrocinador ou organizador. 2. Para o consumidor ou visitante, o evento especial é uma oportunidade para uma atividade social, cultural ou de lazer fora do âmbito normal de escolhas ou além de vivência cotidiana.

Gertz (1997) ainda aponta que dentre as características que propiciam uma atmosfera especial estão: a singularidade, a autenticidade, a qualidade, a temática, a tradição e a hospitalidade.

Mais uma vez, remetendo-se aos festivais de música, observa-se o seu enquadramento neste tipo de classificação, principalmente ao observarmos a autenticidade, pois cada evento é único e oferece aos seus participantes uma vivência que não pode ser reproduzida.

A qualidade dos festivais de música é perceptível ao analisar estes eventos na profundidade. Qualidade esta propiciada não só pelo recurso investido pelos produtores e repassado aos participantes pelo ingresso, o que aumenta seu nível de

exigência, mas também a necessidade de um ambiente confortável e propício para a que a experiência aconteça.

Pontua-se, também, o desenvolvimento de estruturas e infraestruturas que proporcionem uma vivência mais qualificada durante o evento, além da busca por elementos inovadores, característicos e “únicos” de cada festival, que surpreendam seus participantes e proporcionam uma experiência diferenciada.

A descrição dos festivais apresentada no capítulo anterior ressalta a tradição destes eventos. Como pode ser exemplificado pelo Festival de *Glastonbury* (página 55 deste trabalho), que existe há 34 anos, realizado no mesmo lugar, utilizando o mesmo formato de palco (pirâmide), apesar da sua estrutura haver evoluído, aumentado de tamanho e agregado todas as possibilidades tecnológicas de melhoria na transmissão de som e imagens. Este exemplo reforça a tradição como uma característica dos festivais de música.

Allen (et al, 2003, p. 6) discorre também sobre os mega eventos, que “são aqueles cuja magnitude afeta economias inteiras e repercute na mídia global”. Flécht (2011) comenta que a mídia transforma os eventos e “eventos mundo”, que segundo a autora são momentos e promotores de emoções coletivas vividas em vários lugares do planeta simultaneamente.

Diante deste aspecto, mais uma vez identificamos os festivais de música dentro da sua categorização, pois eventos como o *Rock in Rio* foram reproduzidos ao vivo para mais de 215 países.

Brito e Fontes (2002) apontam que os eventos vêm sendo utilizados como um dos instrumentos mais viáveis e melhor meio de comunicação para a divulgação dos países. A utilização dos atuais meios de comunicação e promoção do turismo garantem uma divulgação efetiva. Com a realização de um evento, esta promoção acaba sendo espontânea.

Por fim, Fléchet (2011) contribui para a formação do conceito de festivais ao afirmar que:

Os festivais podem ser considerados como festas: são momentos coletivos, que combinam arte, lazer e uma certa ideia de comunhão do público. São também manifestações públicas que obedecem a um calendário específico e envolvem um grande número de atores sociais (sejam eles artistas, crítica, agências de turismo,

prefeituras, estados ou agentes diplomáticos). Enfim, são momentos festivos, que introduzem uma ruptura no cotidiano e criam espaços de composição e/ou recomposição do corpo social. (FLÉCHET, 2011, p. 258)

Fléchet (2011) aponta que os festivais tiveram um papel importante no processo de globalização, pois favoreceram as transferências culturais, sendo um lugar para a formação da cultura jovem e uma ruptura com a ordem estabelecida, na qual a música se constituiu como elemento principal.

Na tentativa de teorizar os festivais de música, Fléchet (2011) ressalta que em geral os festivais obedecem uma dramaturgia específica, que se caracteriza por uma unidade de tempo, lugar e uma ação, além de criar modalidades de escuta, que segunda a autora são muito diferentes de um concerto ou de um teatro musical. A autora acrescenta que os festivais contribuem para a criação de um calendário cultural, com a multiplicação das turnês internacionais, e muitas vezes com a criação de “temporadas” específicas para sua realização (FLÉCHET, 2011).

De acordo com Fléchet (2001) os festivais, mesmo sendo independentes um do outro, mantêm uma forte relação, não só no plano artístico, como também no plano organizacional. Isto porque se determinado artista vem para participar em um festival no Brasil, por exemplo, dificilmente o mesmo artista retornará para um festival no mesmo ano ou em um período próximo. A autora pontua que esta dinâmica dos festivais também é estendida ao público, pois os participantes se fazem presentes em vários festivais, criando uma continuidade desta manifestação.

Segundo Maia e Lattanzi (2007), as pessoas que antes eram tidas como receptores passivos no dia a dia, mostram-se como produtores capazes de interferir nas esferas socioculturais durante os momentos de celebração. Ou seja, as pessoas que antes tinham um contato limitado com outras e até com a cultura por diversas questões, quando estão expostas a um ambiente diferenciado e propício para a celebração, fazem parte dele atuando também como produtores.

Entende-se que a música desempenha um papel fundamental em todo esse processo. Um papel que, no entanto, é subjetivo, pois a música desperta em cada indivíduo um sentimento, uma relação e uma necessidade. Muitas vezes não há

uma resposta do porquê determinadas músicas nos afetarem emocionalmente, pois essa é uma apropriação individual.

Allen (et al 2003, p. 4) aponta que “O entusiasmo de grupos comunitários e indivíduos por seus próprios interesses e paixões motiva o surgimento de uma maravilhosa coleção de eventos sobre praticamente todos os assuntos e temas que se possa imaginar”. Paixões estas que são aproveitadas pelos produtores de eventos para a concepção de algo que agrada e que efetivamente motive o público à sua participação.

Quanto a essa temática, Hentschke (2006) auxilia o processo de compreensão dessa relação e do sentimento causado pela música²⁷. Ao refletir sobre a música, percebemos que nem sempre tem-se tempo para pensar sobre o seu sentido em nossas vidas, ou porque um estilo nos agrada mais, porque certas músicas nos emocionam, nos fazem lembrar certos momentos ou pessoas, ou seja, o porquê de criamos uma relação afetiva com a música.

Hentschke (2006, p. 8) afirma que “de todas as artes, provavelmente a música é a que mais se faz presente na vida das pessoas”. Isso porque ao se refletir sobre o tema, ninguém passa um dia sem ouvir música, seja na rádio, na televisão, nos comerciais, no cinema, nas lojas, nas ruas, nas festas, etc.

Ao refletirmos sobre o que nos faz ir a um concerto de música, a um show, ou ficarmos horas ouvindo música, percebemos que a música se relaciona com as pessoas. A música faz parte das nossas vidas e do nosso dia a dia, mesmo que muitas vezes nem percebamos que ela esteja lá (HENTSCHKE, 2006).

No entanto, segundo Hentschke (2006), a música desempenha funções diferentes em cada um dos lugares onde a escutamos, seja na igreja, no supermercado, na academia, em um restaurante ou em uma festa. Ao prestarmos atenção nos elementos que constituem a música, suas características, os sons utilizados, suas combinações e se deixarmos que eles invadam a nossa mente, perceberemos que forma como seus elementos se combinam que fazem com que

²⁷ Deve-se considerar que apesar de ser uma temática interessante não é o objeto principal deste trabalho explicar o sentido da música e o que ela provoca nas pessoas. No entanto, é um elemento importante para nossa análise.

as músicas sejam diferentes uma das outras e despertem sensações e ideias diferenciadas.

Quando somos invadidos por sentimentos de alegria, tristeza, medo suspense, de forma consciente ou não, estamos prestando atenção ao caráter expressivo da música, ou seja, às emoções e sensações estão relacionadas à maneira como a música foi construída, aos instrumentos utilizados e às vozes utilizadas, as características dos sons que a compõe (se são rápidos ou lentos, fortes ou fracos, por exemplo), ao ritmo, repetições ou variações da melodia, ao tipo de *expressão* que é gerada pelo intérprete a partir da combinação de todos esses elementos. (HENTSCHKE, 2006. p. 13).

Em um concerto ao vivo ou em um festival de música tem-se a oportunidade de vivenciar a expressão, emoção e as sensações relacionadas à música através da performance do artista. Através da forma como ele expõe seus sentimentos colocando determinado sentido ao cantar uma canção e apresentar seus elementos e características, por exemplo, ao executar um solo, uma pausa, a repetição do refrão ou interagir com a plateia.

Essa interação torna a experiência e a celebração únicas para cada participante. Ir a um concerto, e vivenciar esta experiência é algo de grande valor, no entanto, extremamente individual. Muitas vezes, a motivação para estar presente nos festivais de música ou em determinado concerto ao vivo deriva do desejo de compartilhar e interagir com artista e com o público.

Em um show também existe a interação e a troca com o outro, um momento em que as pessoas compartilham momentos de diversão, de êxtase, de realização do sonho de escutar, conhecer ou ouvir pessoalmente um artista idolatrado. A música funciona, portanto, como um elo entre todos os presentes. Um elo capaz de gerar, em função do lugar, um momento de paz, tranquilidade e de celebração que propicia uma sensação de maior liberdade entre os participantes.

Entretanto, as diversas interações, lembranças e sentimentos vivenciados pela experiência de um festival musical são particulares para cada indivíduo. Como observado por Maia e Lattanzi (2007), pessoas diferentes interagem com o meio de forma diferenciada. Grupos e indivíduos não vivem os lugares da mesma forma, não os percebem da mesma maneira, e também não investem neles os mesmos sentidos, significados e afetividades. Os autores ainda destacam que:

A relação que se estabelece entre o sujeito e o espaço vivido exalam múltiplos significados que se definem a partir de um “investimento” de afetividade – aqui reconhecendo que pode ser o da aproximação carregada de empatia, ou o da aversão motivada por sentimentos rancorosos, seguidos pela emergência do distanciamento. São diálogos travados nas especialidades que compõe, e recompõem as ligações dos sujeitos e suas afetividades, que moldam os espaços e que estabelece significados e tecem experiências coletivas. (MAIA; LATTANZI, 2007. p. 75).

Diante do exposto neste capítulo de referencia teórico, entende-se que alguns elementos permeiam o turismo e os festivais de música, conforme apresentado no Quadro 3.1.

TURISMO

O turismo é tido como um fenômeno social, um processo de fruição do espaço natural e cultural, e, também, como relações sociais de hospitalidade e de troca de informações interculturais. Portanto, necessita-se de uma interação social para que ele ocorra em sua plenitude (BENI, 2007; URRY, 2001; MOESCH 2000).

FESTIVAIS DE MÚSICA

Os festivais de música combinam cultura e lazer em um único espaço, promovem uma vivência que vai além da cotidiana, possuem um número expressivo de participantes, promovem uma celebração e uma experiência por meio da interação. (FLÉCTH, 2011; ALLEN et al, 2003; GERTZ, 1997).

Motivação	<ul style="list-style-type: none"> • Em ambos a motivação se constitui em um elemento fundamental para que os fenômenos ocorram, sendo a força motriz dos indivíduos que os leva a viajar ou a participar dos festivais de música. Conforme a teoria de Maslow, tanto o turismo com os festivais, se configuram como necessidades de complementares de autoestima e de autorrealização (MARTINS, 2006; CHIAVENATTO, 2003; CANDIOTO, 2012).
Interação Social	<ul style="list-style-type: none"> • Tanto o turismo como os festivais de música são resultados de interações sociais. Atualmente, os que se portavam como receptores passivos se mostram como produtores capazes de interagir e de serem atores da própria experiência. Em um festival, a música funciona como elo e de certa forma "aproxima" os presentes, no turismo não há este elo, mas a busca por conhecer e vivenciar novas culturas (MAIA; LATTANZI, 2007, MOESCH, 2000; HENTSCHE, 2006).
Deslocamento / ruptura do cotidiano	<ul style="list-style-type: none"> • O turismo e os festivais de música pressupõe um deslocamento e o usufruto de serviços e equipamentos específicos, tais como hospedagem, alimentação, lazer, transporte dentre outros. E em ambos os casos ele pode ocorrer na cidade que o participante/turista reside, ao observar que durante um festival ou uma vivência do turismo ele terá uma ruptura do seu cotidiano e vivência diferenciada (BENI, 2007; URRY, 2001; GASTAL, 2005; moesch, 2000).
Espaço / Lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Tanto o turismo como os festivais de música pressupõe a existência de um lugar para abrigá-lo. Enquanto que no turismo, os lugares de memória e de cultura sejam os mais valorizados, nos festivais de música os lugares são criados para que a experiência ocorra. Entretanto, em ambos os casos, o lugar da vivência possui relação direta com a sua fruição e com a experiência vivenciada (BENI, 2007; GASTAL, 2005; AUGÉ, 1994).
Experiência	<ul style="list-style-type: none"> • Uma das formas de se entender a experiência é observá-la pelo viés da vivência, o contato do ser humano com o meio, algo que só ele pode sentir e perceber, algo extremamente particular e subjetivo. Vale ressaltar que os festivais de música e o turismo possibilitam uma experiência através da combinação dos elementos citados anteriormente: motivação, interação social, ruptura do cotidiano e o lugar em que ela ocorre (PEZZI; SANTOS, 2010; PANOSSO NETTO; GAETA, 2010; SOARES, 2009).

Quadro 3.1: Quadro resumo de conceitos.

A partir da criação deste quadro definem-se as categorias de análise deste trabalho: Motivação, Experiência, Ruptura do Cotidiano, Lugar criado para a experiência e a Interação Social. Categorias estas que não foram estabelecidas, em todos estes aspectos, por nenhum autor que se tenha tido a oportunidade de investigar. Entretanto, elas emergem a partir da vivência da pesquisadora nos festivais de música complementados pela pesquisa exploratória e validados com a identificação destes elementos no turismo. Definindo-se, assim, as categorias de

análise deste trabalho, com vistas a identificar as similaridades e divergências entre as suas ocorrências no turismo e nos festivais de música.

Assim, entende-se que ainda há muito por investigar e desenvolver sobre a temática dos festivais de música, principalmente em se tratando dos aspectos mais subjetivos, como a motivação e as trocas estabelecidas entre os participantes. Aspectos estes, que são objeto de estudo do capítulo 6 “Relato e Análise dos Casos Pesquisados”.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo tem como propósito apresentar a metodologia utilizada para a construção deste trabalho. Vale ressaltar que seu objeto de estudo são os festivais musicais, no qual se pretende analisar estes eventos enquanto encontros que permitem a ruptura do cotidiano proporcionando uma experiência do turismo.

Gil (1989) aponta que a ciência pode ser considerada como uma forma de conhecimento que ocorre de forma rigorosa e apropriada que tem por objetivo formular leis que regem os fenômenos.

Dencker (2007) ressalta que o trabalho científico durante muito tempo foi visto como algo excepcional “coisa de gênio”. Entretanto, atualmente o conhecimento científico pode ser gerado a partir de uma pesquisa e com o tratamento de questões abordadas metodologicamente.

Lakatos e Marconi (2003) apontam que as ciências possuem objetivo ou finalidade, função e objeto de estudo.

Sendo assim, a metodologia constitui-se como os caminhos a serem percorridos para se realizar uma pesquisa ou estudo, para se fazer ciência (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Com o intuito de organizar e melhor expressar a metodologia utilizada, este capítulo foi dividido em seções que apresentam os métodos e técnicas da sua construção.

4.1 MÉTODO – HIPOTÉTICO-DEDUTIVO

O método a ser utilizado neste trabalho é o hipotético-dedutivo. Segundo Gil (1989) este método surge como tentativa de superação das limitações dos métodos clássicos: o dedutivo e o indutivo.

Considera-se que no método hipotético-dedutivo:

O cientista, através de uma combinação de observação cuidadosa, hábeis antecipações e intuição científica, alcança um conjunto de postulados que governam os fenômenos pelos quais está interessado; daí deduz ele as consequências observáveis; a seguir, verifica essas consequências por meio de experimentação e, dessa maneira, refuta os postulados, substituindo-os, quando necessário, por outros e assim prossegue (KAPLAN 1972, p. 12 *apud* GIL 1898, p. 30).

Gil (1989) observa ainda que nem sempre há uma clara distinção entre o método hipotético-dedutivo e o indutivo, tendo em vista que ambos se fundamentam na observação. Entretanto, o método indutivo se atinge apenas uma generalização empírica de observações enquanto que o método hipotético-dedutivo pode-se chegar à construção de teorias.

Lakatos e Marconi (2003) apontam que, segundo Karl R Popper, um dos principais filósofos idealizadores do método hipotético-dedutivo, o método científico:

parte de um *problema* (P_1), ao qual se oferecesse uma espécie de solução provisória, uma *teoria-tentativa* (TT), passando-se depois a criticar a solução, com vista à *eliminação do erro* (EE) e, tal como no caso da dialética, esse processo se renovaria a si mesmo, dando surgimento a *novos problemas* (P_2). Posteriormente, diz o autor, "condensei o exposto no seguinte esquema": P_1 -----TT ----- EE ----- P_2 (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 95).

Os autores pontuam que a observação não é feita aleatoriamente, ela é uma atividade com um objetivo e possui papel decisivo na ciência. Entretanto, toda observação é precedida por um problema, ou hipótese, ou seja, feita a partir de uma ideia anterior. Essa ideia anterior é dita pelos autores como o conhecimento prévio ou expectativas.

Sendo assim, Lakatos e Marconi (2003) apresentam que no método proposto por Popper a primeira etapa é o surgimento do problema. Este problema está inserido em um contexto, que é o conhecimento prévio ou expectativa do pesquisador. O problema é que irá direcionar a pesquisa para o que é relevante ou não, e os dados que devem ser analisados.

É do problema que surge a hipótese, conjectura ou suposição que constitui a segunda fase do método hipotético-dedutivo. A conjectura/hipótese é uma solução proposta em forma de proposição que seja passível de teste: "Se ... então". (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Verificando-se que o antecedente ("se") é verdadeiro, também será forçosamente o conseqüente ("então"), isto porque o antecedente consiste numa lei geral e o conseqüente é deduzido dela (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 98).

Ressalta-se, ainda, que a conjectura é apresentada para explicar ou prever o que despertou a curiosidade no pesquisador (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Levando em conta as considerações de Gil (1989) e Lakatos e Marconi (2003) delimitou-se como hipótese a ser trabalhada nesta pesquisa a seguinte: **Se os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, então a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele.**

Lakatos e Marconi (2003) apontam que terceira etapa do método é a realização de testes, que se constituem como tentativas de falseamento que visa à eliminação de erros, tais como a redundância, a inconsistência, dentre outros. Explicam, ainda, que falsear é tornar as consequências deduzidas ou derivadas da hipótese “se p , então q , ora não- q , então não- p , ou seja, se q é deduzível de p , mas q é falso, logicamente p é falso” (LAKATOS; MARCONI, 2013, P. 98)

Portanto, o falseamento da hipótese deste trabalho seria: A motivação para a participação dos festivais de música não está relacionados com a experiência vivida nele, então os festivais de música não proporcionam uma experiência do turismo. Isto porque só é possível que a motivação para a participação nos festivais de música estejam relacionadas com a experiência vivida neles, se os festivais de música proporcionem uma experiência relacionada ao turismo.

Gil (1989) pontua que atualmente o método hipotético-dedutivo possui notável aceitação, principalmente no campo das ciências sociais e naturais. “Seus princípios são apresentados por um número de autores como suficientes para a construção de modelos lógicos de investigação em ciências sociais.” (GIL, 1989, p. 31)

Para que se tenha condições de analisar e de se confirmar a hipótese proposta serão utilizadas alguns tipos e técnicas de pesquisa, que serão abordadas a seguir.

4.2 TIPOS DE PESQUISA

4.2.1 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Para chegar ao presente tema e delimitação do objeto de estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, de nível exploratório, através da técnica de observação simples.

Segundo Dencker (2007, p. 151), a pesquisa exploratória “procura aprimorar ideias ou descobrir intuições”. Este tipo de pesquisa envolve um planejamento flexível, um levantamento de dados bibliográficos preliminar e, ainda, entrevistas com pessoas, de modo a ajudar na construção e aprimoramento das ideias. No caso deste trabalho, a pesquisa exploratória foi fundamental para o processo de delimitação do objeto de estudo, definição de objetivos de pesquisa e identificação dos desafios a serem superados.

Gil (1989) aponta que a técnica de observação simples é aquela em que o pesquisador permanece alheio ao seu objeto de estudo, observando de maneira espontânea os fatos que aí ocorre. “Neste procedimento, o pesquisador é muito mais um espectador que um ator” (GIL, 1989, p. 105).

O mesmo autor ressalta que, apesar da observação simples poder ser caracterizada como espontânea, a coleta de dados por observação é seguida de um processo de registro, análise e interpretação de dados coletados, o que lhe confere a sistematização e o controle requerido para os procedimentos científicos.

Durante a pesquisa exploratória de observação simples a pesquisadora esteve presente em três festivais de música internacionais ocorridos no Brasil, o *Rock in Rio* em setembro de 2011 e o *SWU – Começa com Você*, edições realizadas em outubro de 2010 e novembro de 2011.

Durante a participação nestes eventos foi possível observar a dinâmica dos festivais, o envolvimento do público, a interação entre os diversos participantes e as formas de compartilhamento. Essa observação foi fundamental para o direcionamento e recorte do presente estudo.

Neste sentido, torna-se pertinente considerar que:

Uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória possibilita familiarizar-se com as pessoas e suas preocupações. Ela também pode servir para determinar impasses e os bloqueios, capazes de entravar um projeto de pesquisa de grande escala (POUPART et al, 2008 p. 130).

Sendo assim, a pesquisa exploratória cumpriu o seu papel de elucidar a pesquisadora a cerca do tema, delinear os objetivos de pesquisa e de aclarar quais seriam as técnicas mais eficientes a serem utilizadas para se atingir os objetivos.

4.2.2 PESQUISA DESCRITIVA

A pesquisa descritiva procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre eles. Segundo Triviños (1987) e Gil (1989) a pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar.

Os autores apontam que os estudos descritivos podem ser criticados por apresentarem uma descrição dos fatos sem interpretá-los, mas são muito utilizados para a descrição de características de certo fenômeno.

Portanto, entende-se que a descrição da evolução dos festivais de música é fundamental para compreender a sua complexidade e significação atual, de forma a permitir as análises sejam feitas posteriormente.

A pesquisa descritiva foi empregada na descrição da pesquisa de campo e também utilizada no capítulo 3 “Celebração dos festivais de música: Um estudo da evolução ao longo dos anos” que tem como objetivo discutir a evolução dos festivais de música ao longo dos anos, ou seja, realizar um apanhado geral dos principais festivais de música da história.

Tendo em vista que os primeiros festivais que surgiram tiveram como prerrogativa o estilo *rock*, em sua maioria os eventos abordados possuem o foco neste estilo musical. Entretanto, vale ressaltar que muitos dos eventos possuem o estilo “*rock*” como rótulo, mas a sua programação é composta por outros estilos.

Ainda, é sabida e considerada a existência de vários outros estilos de festivais, tais como: festivais de música eletrônica, música country, música clássica, dentre outros. No entanto, a pretensão de abordagem de todos os festivais de todos os estilos musicais extrapolaria os objetivos e níveis desta pesquisa, sendo assim, os festivais de música abordados neste trabalho foram selecionados a partir de uma

publicação que apontava os 18 festivais de música que fizeram história, dentre os quais foram selecionados aqueles que apresentaram inovação e continuidade de edições ou que de alguma forma contribuíram para consolidar o fenômeno “festivais de música” que existe atualmente.

4.3 TÉCNICAS DE PESQUISA

Após a seleção do método e dos tipos de pesquisas a serem utilizados no trabalho, são necessárias às técnicas de pesquisa, que auxiliam no processo de coleta de dados e de construção do trabalho.

4.3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Permeia pelo processo de construção deste trabalho a pesquisa bibliográfica, pesquisa esta que não está limitada à parte inicial, mas sim ao longo do trabalho com um papel fundamental de guiar o pesquisador em função do movimento do objeto, visando delimitar uma ou outra categoria de análise quando necessário (POUPART et al , 2008).

Gil (1989, p. 71) aponta que “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A Dencker (2007) ressalta que basicamente todas as pesquisas requerem uma fase preliminar de levantamento de dados e revisão da literatura existente para a elaboração conceitual e definição do objeto de estudo.

Com esta pesquisa não poderia ser diferente, entretanto a pesquisa bibliográfica não foi utilizada somente para uma revisão do tema existente, mas para a construção de um objeto de estudo a partir de uma literatura existente.

A pesquisa bibliografia foi essencial para a construção do referencial teórico deste trabalho, no processo de busca por eventos festivos nos períodos históricos até os dias atuais, na conceituação dos termos utilizados por esta pesquisa nas quais se destacam: o turismo, os festivais de música, a motivação, a experiência, dentre outras.

Recorreu-se, também, à pesquisa bibliográfica para a construção da historicidade dos festivais de música, entretanto a bibliografia disponível da temática foi extremamente restrita, o que levou à utilização da seguinte técnica de pesquisa.

4.3.2 PESQUISA DOCUMENTAL

Tendo em vista que o objeto de estudo desta pesquisa constitui-se de um tema extremamente atual, uma dificuldade encontrada foi a escassez de publicações a respeito dos festivais de música. Portanto, se fez necessário a busca de informações em sites de divulgação dos eventos, jornais, revistas e depoimentos, o que configura uma pesquisa documental.

Lakatos e Marconi (2003) apontam que a pesquisa documental se baseia na coleta de dados restrita a documentos, escritos ou não, que se constituem de “fonte primária” ou seja, que ainda não passaram por um tratamento de informações.

Gil (1989, p. 71) aponta que

Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza de fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico. [...] Existem, de um lado, os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornais, cartas, contratos, diários, filmes, fotografais, gravações, etc. De outro lado, existem os documentos de segunda mão, que de alguma forma já foram analisados, tais como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc.

Portanto, foi realizada uma pesquisa documental que se difere da pesquisa bibliográfica, por utilizar-se de documentos que ainda não passaram por um processo de análise, principalmente por se tratar de um objeto de estudo recente que não possui uma vasta disponibilidade de publicações.

Vale destacar que a pesquisa documental a cerca dos festivais de música foram pertinentes pois possibilitaram a construção inicial de uma historicidade dos festivais de música ocorridos ao longo dos tempos, deixando registrados alguns eventos que tem se perdido com o passar dos anos. Entende-se que esta foi uma das dificuldades superadas que foram traduzidas em uma grande contribuição para o registro destas informações.

4.3.3 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

No caso deste trabalho, a observação participante foi utilizada como uma das técnicas de pesquisa combinada com a realização de entrevistas semi-

estruturadas para coleta e registro das informações observadas, tendo em vista a subjetividade e a amplitude do tema a ser abordado.

Gil (1989) aponta que a técnica observacional é uma das mais utilizadas nas Ciências Sociais, na qual o turismo está inserido.

[a observação] pode ser considerado como o mais primitivo, e conseqüentemente o mais impreciso. Mas, por outro lado, pode ser tido como um dos mais modernos, visto ser o que possibilita o mais elevado grau de precisão nas ciências sociais. (GIL, 1989, p. 35)

Isto porque ele possibilita a observação e a abordagem ampla de determinados fenômenos a serem estudados sem uma teoria *a priori* ou uma delimitação da abordagem (GIL, 1989; LAKATOS; MARCONI, 2003).

Entretanto, o tipo observação utilizada nesta pesquisa foi a participante. Gil (1989, p. 35) aponta que este tipo de observação “consiste na participação real do observador na vida da comunidade, do grupo ou de uma situação determinada.”

A observação participante iniciou-se em 2010 no SWU, realizado nos dias 9 a 11 de outubro na Fazenda Maeda, localizada a 10 km de Itu/SP, estendeu-se ao Rock in Rio, realizado setembro de 2011 e finalizou com a observação participante da segunda edição do SWU, realizada em 2012 na cidade de Paulínia/SP.

A observação participante possuía os seguintes elementos de observação:

- ✓ Integração do Público
- ✓ A ruptura do cotidiano
- ✓ A vivência proporcionada pelo festival
- ✓ O espaço criado para abrigá-lo

O relato da pesquisa exploratória será realizada no capítulo 6 “Relato e análise dos casos pesquisados”.

Gil (1989) e Lakatos e Marconi (2003) apontam que a observação participante pode assumir duas formas: a natural, em que o pesquisador pertence à comunidade ou ao fenômeno que investiga; ou artificial, em que ele se integra com o objetivo de realizar uma investigação.

Ressaltando que neste trabalho foi contemplada a observação participante de forma natural, tendo em vista que a pesquisadora já integrava a comunidade dos

participantes de festivais de música e que após a conclusão deste trabalho era seguirá sendo parte deste grupo, o que corrobora para a pesquisa participante de forma natural.

Lakatos e Marconi (2003) apontam que neste tipo de observação o pesquisador incorpora-se ao grupo, chegando ao ponto de se confundir com ele. Ressalta que, em geral, é um método utilizado para pesquisas sociais.

Entretanto, entende-se que esta é uma observação participante, mesmo que de um fenômeno e não de uma comunidade, porque a pesquisadora está inserida no contexto dos festivais de música, sendo uma participante ativa destas experiências. Todo o conhecimento e a vivência que a pesquisadora tem dos festivais está presente nas análises realizadas e toda a pesquisa vai de encontro com a experiência vivida pela pesquisadora nestes eventos.

Por estes motivos, entende-se que a observação realizada é uma observação participante, porque por mais que haja a tentativa de separar a subjetividade e as vivências prévias da pesquisadora nos momentos de análise, o seu olhar e entendimento está carregado de significações provindas de experiências anteriormente vividas.

Sob este aspecto, Lakatos e Marconi (2003, p. 194), ressaltam que o observador participante “enfrenta grandes dificuldades para manter a objetividade, pelo fato de exercer influência no grupo, ser influenciado por antipatias ou simpatias pessoas”

4.3.4 ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA

As entrevistas semi-estruturadas foram utilizadas durante a pesquisa exploratória em 2011, e constituíram a principal fonte de informações deste trabalho por meio da segunda coleta de dados, realizada em 2013.

Minayo (2002) aponta que as entrevistas buscam obter informações contidas na fala dos “atores sociais” e que dela podem extrair informações objetivas e subjetivas.

Boni e Quadresma (2005, p. 75) aponta que as “entrevistas semi-estruturadas combinam perguntas abertas e fechadas onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto.” Entretanto, o entrevistador segue o conjunto de perguntas previamente definidas em um contexto como o de uma conversa informal.

Gil (1989, p. 117) chama este tipo de entrevista de Entrevista por Pautas, pois apresenta certo grau de estruturação “já que se guia por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo do seu curso”. As pautas são ordenadas e possuem uma relação entre si. Cabe ao entrevistador fazer algumas perguntas diretas e deixar que o entrevistado fale livremente sobre o tema.

As entrevistas realizadas permeiam as duas abordagens, pois possuíam um conjunto de perguntas abertas pré-estabelecidas, com o objetivo de poder analisá-las posteriormente, entretanto o entrevistado tinha a liberdade de falar sobre o assunto e no decorrer da fala do entrevistado poderiam surgir novas perguntas.

A primeira coleta de dados, realizada em 2011, buscava a elucidação do tema e objeto de estudo. Durante a pesquisa exploratória, foi realizada no SWU 15 entrevistas gravadas com os participantes do festival.

A seleção da amostra foi aleatória, não-probabilística e por acessibilidade. Ou seja, a amostra se dá pelos elementos em que o pesquisador tem acesso, admitindo que estes elementos possam, de alguma forma, representar o universo. (GIL, 1989).

Posterior a sua realização, houve o entendimento de que a amostra representou um número reduzido dentro do universo porque os participantes estavam no festival em busca de diversão e não se disponibilizavam para participar da entrevista.

Em sua maioria, os entrevistados estavam com cônjuge ou amigos e a entrevista foi realizada com todos simultaneamente onde cada um dava a sua opinião sobre o tema abordado.

As entrevistas possuíam o intuito de perceber o elo entre os participantes do festival e como eles se viam inseridos no evento. Por meio dos resultados obtidos nas entrevistas é que se delinearão os objetivos e hipótese da pesquisa. O roteiro da primeira coleta de dados encontra-se no Apêndice 1. Os resultados obtidos nesta

coleta de dados serão apresentados no capítulo 6-Relato e Análise dos casos pesquisados.

O segundo processo de coleta de dados foi realizado de 16 de setembro a 16 de outubro de 2013, por meio de entrevistas realizadas via *chats* de internet com 32 participantes de festivais de música, utilizando a mesma técnica: entrevistas semi-estruturadas.

Para validar o conjunto de perguntas da entrevista, foi aplicado um pré-teste com dois participantes entre os dias 13 e 16 de setembro. Momento em que foi verificada se as perguntas estavam claras, o tempo médio de desenvolvimento da entrevista (aproximadamente 2h), e a proximidade ou repetição dos temas abordados.

Durante o pré-teste identificou-se que algumas perguntas estavam repetitivas, além disso, constatou-se que, ao responder determinada pergunta, a seguinte já estaria respondida. De forma mais detalhada o Quadro 4.1 apresenta as alterações que o pré-teste apontou.

Antes do pré-teste	Após o pré teste
<p>1.2 C. Em quantos festivais você já participou?</p> <p>D. Quais foram eles?</p>	<p>1.2 C. Em quantos festivais você já participou desde então e quais foram eles?</p>
<p>2.1 C. Você considera a participação em festival de música como turismo?</p>	<p>Deslocada para o bloco 3. Turismo nos festivais</p>
<p>2.2.3 B. Você acha que o lugar influencia diretamente na experiência vivida durante o festival? Como ou por que?</p>	<p>Retirada, pois ao responder a primeira pergunta anterior esta foi respondida</p>
<p>3. G. Você percebe um estado de liberdade nos festivais? Explique.</p>	<p>Retirada, pois os entrevistados já responderam o que eles sentem durante o festival, ficou repetitivo</p>

Antes do pré-teste	Após o pré teste
3. H. Você identifica a experiência do festival como uma ruptura do cotidiano?	Retirada, pois ficou repetitivo.
3.1 C. Como você vê a influência da televisão no deslocamento das pessoas?	Retirada, pois ao responder a pergunta A. esta já era respondida.

Quadro 4.1: Detalhamento alterações no roteiro de perguntas pré-teste

O roteiro de perguntas final possuía 28 questões e está inserido no Apêndice 2. Antes de iniciar a entrevista, era apresentado ao participante uma introdução do tema e do que se referia a pesquisa e em seguida dava-se início às perguntas, predominantemente abertas.

A amostra da segunda coleta de dados, inicialmente, foi a não-probabilística por acessibilidade, assim como a primeira realizada em 2011. Entretanto, os entrevistados foram pessoas diferentes. Este processo gerou uma amostra de 9 pessoas.

A partir das primeiras entrevistas foi utilizada a técnica bola de neve, ou Snowball Samplig. Segundo Atkinson e Flint (2001), essa é uma técnica para encontrar outros integrantes, em que um participante fornece ao pesquisador o nome de outro participante, que fornece de outro participante e assim por diante. Com a utilização da técnica bola de neve, a pesquisa atingiu um número maior de entrevistados totalizando 32 pessoas.

As entrevistas foram realizadas no período de 23 de setembro até 16 de outubro de 2013. As mesmas tinham como objetivo conhecer a visão dos participantes sobre a sua vivência, motivações e impressões nos festivais, sendo assim, foi estabelecido o requisito de que os entrevistados deveriam haver participado de pelo menos dois festivais de música. O quadro 4.2 apresenta a relação entre as variáveis, os autores e os blocos de perguntas.

Variáveis	Autores	Questões do Instrumento de pesquisa
Caracterização dos participantes	-----	Bloco 1. Perfil dos entrevistados
Motivação da participação	Motivação se refere a um estado de uma pessoa que a conduz a um comportamento voltado a um objetivo. Sendo que a motivação é constituída por uma série de necessidades, sentimentos e desejos que conduzem a pessoa a este comportamento (MARTINS, 2006; COOPER et al, 2001; CHIAVENATTO, 2003).	Bloco 2.1 Motivação
Encontro / compartilhar	A relação que se estabelece entre o sujeito e o espaço vivido exalam múltiplos significados que se definem a partir de um “investimento” de afetividade. São diálogos travados nas especialidades que compõe, e recompõem as ligações dos sujeitos e suas afetividades, que moldam os espaços e que estabelece significados e tecem experiências coletivas (MAIA; LATTANZI, 2007; FLÉCHET 2011; MOESCH, 2000; HENTSCHKE, 2006).	Bloco 2.2.1 Compartilhar
Experiência em festivais	Uma das formas de se compreender a experiência é pelo viés da vivência, do contato do ser humano com o meio, algo que só ele pode sentir e perceber, algo extremamente particular e subjetivo. O relacionamento com a própria experiência envolve memória, reconhecimento e descrição (PEZZI E SANTOS, 2012; PANOSSO NETTO; GAETA, 2010; SOARES, 2009).	Bloco 1.2 Vivência em festivais, 2.2 Experiência nos festivais
Turismo nos festivais	O turismo é tido como um fenômeno social, um processo de fruição do espaço natural e cultural, e, também, como relações sociais de hospitalidade e de troca de informações interculturais. Portanto, necessita-se de uma interação social para que ele ocorra em sua plenitude (GASTAL, 2005; MOESCH, 2000; URRY, 2001; BENI, 2007).	Bloco 3. Turismo Nos Festivais
Festivais	Os festivais de música combinam cultura e lazer em um único espaço, promovem uma vivência que vai além da cotidiana, possuem um número expressivo de participantes, promovem uma celebração e uma experiência por meio da interação (ALLEN et al 2003; FLÉCHET, 2011; GERTZ, 1997).	2.2.2. Ruptura do Cotidiano
Lugares que Abrigam os festivais	Tanto o turismo como os festivais de música pressupõe a existência de um lugar para que a experiência ocorra. Enquanto que no turismo, existem os lugares de memória e de cultura, lugares adaptados e até mesmo lugares criados para determinado fim, nos festivais de música os lugares são criados para que a experiência ocorra. Entretanto em ambos os casos, o lugar da vivência possui relação direta com a sua fruição e com a experiência vivenciada (BENI, 2007; GASTAL, 2005; AUGÉ, 1994).	2.2.3 Influência do lugar
Meios de Comunicação	A comunicação rompeu barreiras não só de divulgação, mas também de formação de percepções, de imaginários e de virtualidade, sendo muitas vezes um formador de opinião, de cultura e até mesmo de modelos. (GASTAL, 2005; ALLEN et al, 2003; MAFFESOLI, 1998).	3.1. Transmissão dos festivais via televisão

Quadro 4.2: Relação entre variáveis, autores e blocos de perguntas

A análise das informações reunidas a partir desta segunda coleta de dados, bem como os cruzamentos apontados pelo Quadro 4.2 serão analisados no capítulo 6 “Relato e Análise dos casos pesquisados”.

A utilização do método, tipos e técnicas de pesquisa apresentados geram condições suficientes para a coleta de dados que subsidiam a análise.

4.4 ANÁLISE DE DADOS

4.4.1 ABORDAGEM QUALITATIVA

A abordagem do objeto de estudo durante todo o seu processo foi qualitativa. Ou seja, preocupou-se em analisar e interpretar os dados em seu conteúdo e não de forma numérica. Esta abordagem leva em conta que há um vínculo entre o mundo objetivo e a subjetividade (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Os mesmos autores afirmam que a análise qualitativa visa a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados a eles. É uma abordagem descritiva em que o pesquisador é considerado um elemento chave que tende a analisar os dados indutivamente.

A metodologia qualitativa é capaz de interpretar e atribuir significados ao objeto de pesquisa. Esse método pode ser caracterizado como a tentativa de compreender e descrever detalhadamente os significados e as características do objeto em estudo, permitindo uma análise que será expressa por meio de narrativa. Segundo Godoy (1995), a pesquisa qualitativa possui cinco características básicas: a) Tem o ambiente como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento; b) os dados coletados são predominantemente descritivos; c) a preocupação com o processo é muito maior do que com o produto; d) o significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida são focos de atenção especial pelo pesquisador; e) a análise dos dados tende a seguir um processo indutivo.

Como é um processo indutivo (conforme relata Godoy) entende-se que a própria revisão de literatura possui um caráter indutivo de seleção de autores e temas. Neves (1996, p. 1) aponta que:

enquanto as pesquisas quantitativas geralmente procuram seguir com rigor um plano previamente estabelecido (baseado em hipóteses claramente indicadas e variáveis que são objeto de definição operacional), a pesquisa qualitativa costuma

ser direcionada, ao longo do seu desenvolvimento; além disso, não busca enumerar instrumental estatístico para análise de dados; seu foco de interesse é amplo e parte de uma perspectiva diferenciada da adotada pelos métodos quantitativos [...] Nas pesquisas qualitativas, é frequente que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir, daí situe sua interpretação dos fenômenos estudados (NEVES, 1996, p. 1).

Com base em tal afirmação, percebe-se que este é o maior desafio desta pesquisa, ou seja, transpor a subjetividade e a experiência vivida pelos festivais de música relacionando-os com uma experiência do turismo.

Dencker (2007) aponta que a pesquisa qualitativa pode ser utilizada para preencher lacunas no conhecimento existente. Desta forma, entende-se que essa perspectiva pode ser perfeitamente enquadrada ao estudo sobre os festivais de música, por se tratar de um tema atual, geralmente observado pelo ponto de vista mercadológico comercial e não da sua significação para o participante e da motivação que o leva a participar deste evento.

O desenvolvimento da pesquisa qualitativa supõe, ainda, um recorte espaço-temporal do objeto de estudo. Esse recorte define o campo e a dimensão em que o trabalho será desenvolvido (POUPART et al, 2008).

Neste sentido, diante do objeto de estudo, os festivais de música, o recorte espaço-temporal adotado para busca de informações e análise compreendeu os festivais de música desde o Festival de Monterey em 1967 até os dias atuais, envolvendo o contexto em que estavam inseridos os festivais e as mudanças promovidas por eles.

4.4.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Diante da utilização da abordagem qualitativa, identificou-se que a análise de conteúdo seria a melhor técnica para analisar os dados coletados.

É pertinente colocar que após a coleta de dados e sua sistematização, inicia-se o processo de análise. Dencker (2009, p. 191) aponta que o objetivo da análise é reunir as informações de maneira coerente e organizada de forma a atingir os objetivos da pesquisa. “A interpretação busca dar sentido mais amplo aos dados coletados, fazendo a ponte entre eles e o conhecimento existente.”

Bardin (1977, p. 32) aponta que a análise de conteúdo ultrapassa as incertezas e enriquece a leitura. “A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações.” A autora aponta ainda que os objetos dos investigadores podem ser das mais variadas, mas de forma a buscar extrair do discurso o conhecimento. “Tratar-se-ia portanto, de um tratamento da informação contida nas mensagens.” (BARDIN, 1977, p. 32).

Sendo esta a técnica a ser utilizada para realizar a análise das informações obtidas pelo processo das entrevistas, tanto na primeira coleta de dados como na segunda,, que não deixam de ser um discurso que precisa ser observado com o olhar adequado tendo como foco o objeto de estudo, conforme proposto por Bardin.

A análise de conteúdo pode ser uma análise dos significados, embora possa ser também uma análise dos significantes, ou seja, dos meios/contextos que geram o significado. Por outro lado, o tratamento descritivo constitui um primeiro tempo do procedimento, mas não é exclusivo da análise de conteúdo. (BARDIN, 1977, P. 34)

Diante do exposto, o próximo capítulo irá trabalhar as informações obtidas no decorrer deste trabalho a partir da análise de conteúdo, envolvendo os conceitos estudados e também as falas dos participantes dos festivais visando o alcance dos objetivos desta pesquisa.

5. RELATO E ANÁLISE DOS CASOS PESQUISADOS

O presente capítulo irá apresentar os dados coletados, cruzamentos de informações entre os conceitos abordados e as informações obtidas e análise, visando o alcance dos objetivos desta pesquisa.

Tendo em vista que a coleta de dados foi realizada em dois momentos diferentes, uma em 2011, durante a pesquisa exploratória e outra em 2013, a análise dos dados foi dividida em duas partes para melhor compreensão dos contextos e resultados de cada uma delas.

5.2 RELATO PESQUISA EXPLORATÓRIA – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Conforme apresentado na Metodologia, a Pesquisa Exploratória foi realizada por meio de observação participante em três Festivais de Música internacionais ocorridos no Brasil entre 2010 e 2011, o *Rock in Rio* em setembro de 2011 e o *SWU – Começa com Você*, edição realizada em outubro de 2010 e novembro de 2011.

O objetivo da pesquisa exploratória foi adquirir um olhar técnico diante do objeto de estudo, que já se constituía como uma paixão pessoal da pesquisadora, mas ao mesmo tempo delimitar a pesquisa.

No decorrer das observações realizadas foi possível identificar: a dinâmica dos festivais de música, o envolvimento do público, a interação entre as pessoas de diferentes estilos musicais e as várias formas de compartilhamento.

5.2.1 SWU 2010

A edição do SWU 2010 representou a primeira participação da pesquisadora em um festival com um olhar técnico em seu objeto de estudo. Durante o festival foram evidenciadas as possibilidades de compartilhamento, o momento de relaxamento e de aceitação das diferenças.

O evento possuía uma proposta muito forte ligada à sustentabilidade e todas as suas “atrações complementares” aos shows eram voltados para a temática, tais como a roda gigante, muito presente nos festivais, mas no caso do SWU 2010 para que você pudesse desfrutar de uma volta nela você deveria pedalar por 10 minutos

na bicicleta que gerava energia para fazê-la funcionar. Durante a sua pedalada, seria possível, ainda, carregar aparelhos de celular.

Outra atração que chamou muito a atenção dos participantes foi um labirinto montado na arena do festival a partir de materiais recicláveis, que proporcionavam um momento de descontração e ao mesmo tempo apresentava possibilidades para a utilização do “lixo” como a criação de cortinas, de *puffs*, janelas, dentre outros.

É pertinente pontuar que o Rock in Rio teve duas edições pontais no Brasil em 1986 e 1991, mas em 2010 não se tinham festivais de música internacionais periódicos no Brasil. Portanto, o SWU foi uma grande oportunidade para o público brasileiro assistir grandes bandas que raramente apareciam pelo Brasil. O festival trouxe, ainda, os moldes europeus de festivais, com a possibilidade de camping, e a imersão completa no evento por até 4 dias.

Observou-se durante o SWU uma comunhão vivenciada pelos participantes, onde a liberdade era visível. Isto porque identificou-se que durante o festival não se tinham tabus, era possível dançar, cantar, brincar, correr, dormir e interagir com os demais participantes sem invadir o espaço do outro ou causar conflitos.

5.2.2 ROCK IN RIO 2011

Durante o *Rock in Rio*, edição de 2011, foi identificado de forma mais clara, a interação entre os participantes e a organização por meio dos estandes patrocinadores e atrações construídas para tal fim. De forma que o público deixa de ser um elemento externo e passa a fazer parte da celebração, se torna um ator.

Essa interação pôde se dar das mais variadas formas. Aponta-se o stand da *Coca-Cola* em que os participantes do festival podiam gravar um vídeo que seria posteriormente exibido nos telões do festival. Ou a tirolesa, oferecida pela própria produção, que cruzava o palco principal, proporcionando para os participantes uma experiência diferenciada.

Além da interação de forma inusitada, o *Rock in Rio* contribuiu na pesquisa, pois foi possível observar os diferentes públicos em um mesmo festival. De forma segmentada por dia, o *Rock in Rio* atingiu milhares de pessoas, dos mais variados gostos e estilos, tendo um dia voltado para o pop e até mesmo o axé, um dia voltado para o *hard rock*, outro para o *metal*. Mas, independente do estilo musical

predominante do dia, observou-se que os participantes interagiram de forma harmônica.

Outro ponto relevante para a pesquisa percebido durante o *Rock in Rio*, que também ocorreu no *SWU 2010*, foi observar o lugar construído para abrigar a experiência, pois o festival aconteceu em uma arena especialmente criada para abrigar o evento. Os elementos dessa arena foram pensados de forma a propiciar aos participantes uma experiência singular. Seja nos stands dos patrocinadores, nos pontos de encontro, na praça de alimentação ou nos equipamentos radicais – montanha russa, roda gigante e elevador – que estavam distribuídos pela arena.

5.2.3 SWU 2011

Em relação ao festival SWU 2011, houve uma frustração no que se refere à temática da sustentabilidade, pois durante o evento não se percebia absolutamente nada da filosofia e das ações apresentadas na edição anterior.

Identificou-se que as margens do evento haviam stands de patrocinadores e ONG's que trabalham difundindo as formas de aplicação da sustentabilidade, entretanto estes locais estavam distantes dos palcos e do foco dos participantes. Destaca-se uma área de descanso montada com *puffs* e poltronas de pneus e a sua cobertura feita de guarda chuvas. Tal fato pode ser observado na Figura 5.1.



Figura 5.1: Área de descanso com materiais recicláveis - SWU 2011
Foto: Rayane Ruas, 2011

Entretanto, no que se refere à organização e estruturação de um festival como um todo o SWU superou as expectativas quanto à disponibilidade de espaço,

em uma arena enorme construiu 3 palcos e uma tenda eletrônica e proporcionou aos seus participantes um *line up* extremamente diversificado que congregaram vários estilos em um mesmo dia, e conseqüentemente uniram pessoas de estilos diferentes e de faixa etárias inusitadas em um só espaço.

O festival contou, ainda, com o camping localizado próximo da arena dos shows, o que reforça o “espírito” de comunhão e compartilhamento, já que por alguns dias pessoas se conheceram e compartilharam da mesma vivência, dividindo banheiros e até mesmo comidas.

Durante o SWU 2011 foram realizadas 16 entrevistas com os participantes do evento, que tinha como objetivo verificar a impressão pessoal de cada um com relação ao festival. Importa ressaltar que as entrevistas em todos casos foram realizadas com mais de uma pessoa simultaneamente, isto porque o participantes raramente estavam sozinhos, em geral em duplas ou em trios, e a entrevista envolvia a todos os interessados. Observou-se que mesmo que somente um respondesse à entrevista, este apresentava uma visão compartilhada pelos que o acompanhavam.

Com a realização das entrevistas identificou-se a dificuldade de se realizar a coleta de informações durante o evento, pois os participantes estão em um momento de diversão, de descontração e em sua maioria não querem ser interrompidos para responder uma pesquisa. Sendo assim, foi adotada uma entrevista rápida, com as perguntas chaves, e dependendo da abertura dos entrevistados aprofundava-se o estudo.

O primeiro questionamento realizado durante as entrevistas foi quanto à motivação, o que os levaram até o SWU. Em todas as entrevistas apareceu como motivação a música, sendo que 11 pessoas citaram que uma atração em específico os levaram a participar do festival. A conexão entre o entrevistado e a banda em questão fica clara na seguinte fala “*Principalmente por causa do Peter Gabriel. Somos amigos há 20 anos e assistimos o Peter Gabriel em 1997 em Londres, a gente não se via a 13 anos e resolvemos nos encontrar aqui para ver o Peter Gabriel*”. O interesse pelo evento como um todo foi pontuado por 4 entrevistados. Um deles ressalta: “*Eu acompanhei ano passado pela televisão e gostaria muito de*

ter vindo e não vim. Fui ao Rock in Rio e gostei muito da vibe²⁸ de um evento de festival, e gostei muito das bandas que estão tocando aqui e vim.”

Para alguns entrevistados lhes foi questionado se eles identificavam se existia um elo entre as pessoas que estavam no festival. Uma vez mais a unanimidade das respostas apontou a música como o elo dos participantes. Destaca-se o colocado por um entrevistado “*A música, o interesse comum de estar em um mesmo ambiente, ouvindo músicas legais, várias bandas, sempre une um público que se alinhe pela música.*” Outro participante complementa “*Eu acho que a música vai ser sempre uma boa maneira de chegar até as pessoas, acho que é o que liga a gente de certa maneira, antes era a religião e hoje em dia é a arte.*”

Em se tratando do que difere o SWU dos demais festivais, esta questão foi abordada em duas entrevistas que trouxeram percepções bem diferenciadas. Um dos entrevistados afirmou que:

A sustentabilidade mesmo. O mato em que o evento está inserido, para você chegar aqui é até asfaltado, mas você chega no evento é um monte de mato e as pessoas não reclamam elas sabem que estão vindo para o meio do mato e vão curtir as músicas no meio do mato.

Enquanto que em outra entrevista aponta que nada difere o SWU dos festivais, o entrevistador aponta: “*Nada! Eu acho que eles utilizam o marketing da sustentabilidade, creio que eles estão usando uma estrutura reciclável, mas acho que é uma obrigação nesse tipo de festival, que é manter a consciência.*” Nesta mesmo grupo de pessoas foi dito “*Eu acho que é simplesmente lucrativo, eles estão levantando uma bandeira verde para ganhar dinheiro*” e o último participante desta entrevista complementou

É, eu acho que tem muita hipocrisia no mundo do marketing, eu não estou aqui por que quero salvar o mundo, mas acho que a gente tem que tentar fazer um pouco para minimizar o impacto que temos sobre o meio ambiente, não desperdiçar tanta embalagem, temos que tentar minimizar o impacto. Essa é uma obrigação de cada um, mas o festival em si é igual a qualquer outro.

Diante da observação realizada no festival, identificou-se que o evento possuía no seu processo de divulgação um forte discurso de sustentabilidade não só

²⁸ Termo em inglês muito utilizado no universo da música que significa vibração.

com o meio ambiente, mas com o respeito pelo outro e pelas diferenças. Um dos itens apontados pela divulgação é que o SWU criaria um espaço de celebração para todos proporcionando experiências, entretanto durante a vivência no festival estes elementos não foram percebidos. Como pode ser observado na Figura 5.2.



Figura 5.2: Lixo no SWU 2011
Foto: Rayane Ruas

Sendo assim, outro questionamento realizado foi quanto ao “mundo” criado durante o festival, dentro da filosofia de um mundo melhor ser possível, um mundo de respeito pelo próximo e pelo ambiente e, ainda, se os participantes se sentiam inseridos neste mundo e se acreditavam que seria possível a aplicação desta filosofia criada dentro do festival fora dele.

Em oito entrevistas foi realçado que a questão da sustentabilidade abordada pelo festival e as possibilidades de aplicação dependem da iniciativa de cada um. Dentre as resposta se destaca esta que aponta que seria mais fácil ser sustentável fora do evento do que nele:

Eu acho que vai da cabeça de cada um, acho que é mais fácil lá fora do que aqui dentro, porque para mim é incoerente isso, eles falam que é sustentável e tudo mais, mas na verdade eles mentem, tem um monte de copo no chão, lógico, não tem onde colocar então as pessoas jogam no chão, mas por se dizerem sustentáveis eles poderiam limpar, ou fazer alguma coisa, uma lixeira diferente, alguma propaganda, até para ganhar dinheiro, mas para investir na sustentabilidade. A pessoa que quiser ser sustentável vai ser mais lá fora do que aqui dentro.

Ainda dentro desta temática, 9 pessoas citaram que não conseguem ver a criação deste mundo “responsável”, em todos os aspectos da palavra, dentro do evento e menos ainda fora dele. Pontua-se a fala de uma participante que afirma: “Eu acho que o que tem nas pessoas em relação ao respeito ou o preconceito contra as

“Pessoas já vem com elas, não é nada que elas adquirem aqui, não estou vendo grandes interações além das pessoas que já se conhecem.”

Dois entrevistados apontaram que acham positiva a questão da sustentabilidade abordada pelo festival e identificam o mundo “responsável” criado pelo evento, esta opinião pode ser esclarecida por meio da fala de um deles:

Eu achei o lugar bem legal, um bom astral. Acho que o evento serve para dar ideia e torcer para que fique na cabeça das pessoas. Entendo que quanto mais mídia, quanto mais se falar sobre esse assunto, a sustentabilidade e a busca por ela, busca por energias renováveis e sempre interessante, que traga isso a tona e que se discuta sobre isso é muito legal e necessário.

Ainda sobre a sustentabilidade e a proposta do evento, destaca-se o apresentado por um entrevistado

Eu não percebi, eu percebi só no show do Peter Gabriel que ele deu uma mensagem muito legal, ele falou não só sobre a ecologia. Mas sobre o presente da humanidade. Então a cada música eu me lembrei que estava em um evento que prima pela sustentabilidade, agora pelo ambiente geral eu não senti, até por conta do lixo, das latas e muitas outras coisas, acho que poderiam fazer algo para que a gente perceba isso o tempo todo.

Diante das falas apresentadas entende-se que o evento não cumpriu com a sua função, ou que não atingiu os objetivos propostos pelos organizadores em se tratando da sustentabilidade. Como pesquisadora observadora de duas edições seguidas do festival, não se pode deixar de pontuar a diferença de abordagem da temática em ambos. Tendo em vista que na sua primeira edição, o festival contou com uma parceria com catadores de lixo e instalou dentro do evento uma mini usina de reciclagem para que os participantes acompanhem o processo. Nos intervalos de cada show era passado no telão dicas de sustentabilidade divertidas. As atrações complementares do evento, como já citado, atrelava a todo o momento a sustentabilidade com o dia a dia. Entretanto, ao se deparar com a segunda edição, realizada aos mesmos moldes da primeira, mas com características extremamente diferentes, observa-se uma frustração dos participantes quanto à temática.

A última pergunta realizada aos entrevistados se tratava do que a experiência de estar no SWU significava para cada um deles. 12 dos entrevistados consideravam que era uma experiência positiva. Destaca-se a fala que aponta que

Eu acho que é um sentimento único para a vida toda, é viver essa música, com essa galera toda, em baixo de chuva, passando por um perrengue danado, é uma

experiência para a vida toda. Um sentimento maneiro, é uma coisa que dá vontade de fazer todo ano, é um momento de relaxar e de conviver com pessoas legais.

De forma semelhante, outro entrevistado menciona que:

Bom, faz muito tempo que eu queria ver uma banda e finalmente eu estive em um show dela, o festival é interessante e todo apesar da ideia da sustentabilidade não estar clara, a ideia passada é a de um festival como um todo, o que ficou mais claro é a música. A experiência é única com certeza.

Pontua-se na colocação dos entrevistados alguns elementos interessantes para o processo de análise deste trabalho que é a união de vários elementos para que se tenha a experiência: a música, o lugar ou circunstâncias em que todos estão inseridos e a convivência com outras pessoas. Infere-se daí, que sem estes elementos a experiência vivida seria diferenciada. No qual se confirma a ideia e a experiência vivida em um festival em si, e não somente uma experiência diferenciada por ser o SWU.

Ainda sobre o significado da experiência de estar no SWU, 3 entrevistados apontaram a experiência como neutra, a partir da seguinte fala: *“Pra mim é como qualquer outro show, eu valorizo isso muito porque eu gosto da vibe de show de música, não acho que seja um privilégio do SWU, acho que é como qualquer outro show que a gente gosta.”* Ainda dentro desta temática obteve-se outro retorno interessante: *“Experiência, nada... é só porque eu curto, isso não vai mudar a minha vida, eu não vou voltar para a minha cidade diferente do que eu sai só porque vi o show de uma banda que eu curto.”* Ambos os entrevistados apontaram a experiência como neutra, ou seja, como algo que não lhes mudaria a vida. A partir das falas identifica-se que são pessoas que estão sempre presentes em show, é um momento de diversão e lazer que já faz parte das suas vivências e esta seria apenas mais uma, sem um destaque ou uma importância especial, como para aqueles que raramente tem a possibilidade de vivenciar a experiência de shows de música, e principalmente de festivais.

A partir da pesquisa exploratória e da coleta de dados por meio das entrevistas realizadas delineou-se os objetivos de investigação desta pesquisa, qual seja: analisar até que ponto as experiências vivenciadas em um festival de música se configuram como experiências do turismo. E ainda, foi através desta primeira amostragem que se identificou os obstáculos a serem superados para atingir os

objetivos propostos e foram delineadas as técnicas de pesquisa e formas de aplicação a serem utilizadas para o seu melhor aproveitamento.

A pesquisa exploratória foi fundamental para a construção da hipótese de pesquisa: se os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, então a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele. Considerando que foi através desta investigação que se evidenciou a motivação da participação em festas de música atrelada à experiência, entretanto a coleta de dados foi reduzida, emergindo a temática, mas sem condições de analisá-la na profundidade. A Figura 5.3 apresenta uma foto panorâmica do evento com os seus palcos, um de frente ao outro, e o público do evento.

É pertinente esclarecer que nesta primeira análise de dados não foram inseridos os conceitos teóricos, pois foi uma pesquisa realizada com o objetivo de delinear a pesquisa a ser desenvolvida. Ainda, no momento da coleta de dados não se tinha desenvolvido os conceitos a serem abordados, bem como não se tinha claro qual seria o foco de estudo. Sendo assim, optou-se por abordar os conceitos na análise de dados propriamente dita, de forma a não repetir o cruzamento dos conceitos e a sua apropriação de forma superficial.

Portanto, foi realizada uma segunda coleta de dados visando abordar as percepções dos participantes com relação à sua participação nos festivais de música e os elementos motivacionais, no seu momento de análise serão inseridos os conceitos estudados.



Figura 5.33: Visão Panorâmica das Palcos do SWU 2011
Fonte: Rayane Ruas, 2011

5.3 COLETA DE DADOS

O segundo momento de coleta de dados, consistiu no principal meio de reunir informações referente ao objetivo e estudo deste trabalho. Isto se deve à subjetividade dos objetivos da pesquisa, elevando o olhar, desejos e impressões dos entrevistados para um alto patamar de relevância para o desenvolvimento da pesquisa.

É pertinente ressaltar que os dados aqui apresentados são a visão dos entrevistados sobre o objeto de estudo e as impressões da pesquisadora direcionaram para a análise, sendo assim, as conclusões que esta análise de dados permitirem a chegar não pode ser universalizada, nem tomada como verdade para demais contextos. Entretanto, se revela como um ponto de partida para a investigação a cerca do tema e para estudos futuros relacionados.

A título de esclarecimento, a pesquisa foi dividida em três blocos:

- Bloco 1. Perfil do Entrevistado: avalia o gênero, faixa etária, faixa econômica, cidade de residência, e quanto à sua vivência em festivais;
- Bloco 2. Motivação da participação: aborda a motivação em si, mas também a experiência nos festivais, o compartilhar, a ruptura do cotidiano e a influência do lugar. Isto por entender que estes elementos podem ser cruciais compreender a motivação da participação
- Bloco 3. Turismo nos Festivais: questiona aspectos relacionais ao turismo, sua relação com os meios de comunicação e a influência da transmissão dos festivais de música via televisão no processo de decisão de participar de um festival.

Reforça-se que o processo de coleta de dados foi realizado de 16 setembro a 16 de outubro de 2013, por meio de entrevistas realizadas via chat de internet, com 32 participantes de pelos menos dois festivais de música.

A seguir serão apresentados os dados divididos em seções de acordo com os blocos de perguntas.

5.3.1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

O primeiro bloco de perguntas da entrevista consistia no perfil dos entrevistados, com as primeiras perguntas de múltipla escolha, contemplado apenas para que se tenha um entendimento de que público estaria sendo envolvido pela pesquisa.

A primeira parte do perfil do entrevistado visava compreender que público seria estudado quanto ao gênero, faixa etária, faixa econômica e cidade de residência. A segunda parte se tratava da vivência em festivais, abordando: a primeira participação neste tipo de evento, com que esteve no evento e em quantos festivais já participou.

Constatou-se que 18 entrevistados, eram do gênero masculino e 14 do gênero feminino. 22 entrevistados estavam na faixa etária de 20 a 24 anos, 8 com idade entre 25 e 29 anos, 1 entre 40 e 49 anos e o último deles com mais de 50 anos. Onde se percebe uma característica relevante quanto ao público dos festivais: em geral jovens com idade entre 20 e 29 anos, totalizando 30 entrevistados, o que representou quase a totalidade da amostra atingida.

Dentro do bloco sobre o perfil dos entrevistados foi questionado sobre a faixa econômica do entrevistado, em que 17 apontaram receber até 3 salários mínimos²⁹, 9 recebem entre 5 e 8 salários mínimos, 1 com faixa salarial entre 9 e 12 salários, 3 afirmaram receber mais de 12 salários mínimos e 2 apontaram não possuir renda fixa, sendo mantido pela família. As informações desta questão apontam para um público diversificado no quesito renda, pois todas as faixas de renda estiveram contempladas, entretanto a maior concentração de participantes recebem até 3 salários mínimos, seguido pelos que recebem entre 5 e 8 salários mínimos.

A última questão do perfil dos entrevistados verificava a cidade de moradia, 23 dos entrevistados eram moradores de Brasília, e isto se justifica pelas técnicas de coleta de amostragem, tendo em vista que a pesquisadora reside em Brasília e a maior parte da sua amostragem estar próxima, e ainda, pela técnica de bola de neve

²⁹ O salário mínimo utilizado como base foi o do ano de 2013, equivalente a R\$ 678,00.

em que um indica ao outro. Observou-se que em geral as indicações foram feitas dentro do mesmo território, entretanto não se pode afirmar que a maior parte dos participantes de festivais residam em Brasília. Foi apontada, ainda, uma diversidade nos locais de moradia dos demais participantes, com 3 no Rio de Janeiro, 1 em Salvador, 1 em Juiz de Fora, 1 em Caldas Novas, 1 em São Paulo, 1 em Ann Arbor – EUA, e 1 em Toronto – Canadá.

Com relação ao perfil dos entrevistados: vivência em festivais, lhes foi questionado qual foi a primeira participação em festivais de música. Tendo em vista que a maioria reside em Brasília, 13 dos entrevistados afirmaram que foi o Porão do Rock, um festival que acontece anualmente em Brasília há 16 anos. Também foi apontado como primeiro festival: o Brasília Music Festival – BMF³⁰ por 3 entrevistados; o SWU 2011 por 2; e o Rock in Rio por 1. Os demais entrevistados (10) apontam que o primeiro festival de música que participaram foram festivais menores que ocorreram em sua própria cidade, tais como: Festival de Inverno, Festival de Verão, Encontros de Motos da cidade, Festival de Música Clássica, Festival de Corais. Ainda, 2 entrevistados apontam que não se lembram de qual foi a primeira participação. Entretanto, o que se evidencia é que a primeira participação de festivais de música em geral ocorre na própria cidade do participante.

A pergunta seguinte se refere aos acompanhantes da participação no primeiro festival de música. 22 dos entrevistados responderam que foram acompanhados dos amigos, entretanto 13 deles foram com a família e 4 com o cônjuge. É pertinente pontuar que era possível apontar mais de um acompanhante, o que ocorreu em alguns casos ultrapassando as 32 respostas. As informações quanto ao acompanhante apontam para os festivais como um momento de confraternização e de celebração, em que conta com a presença de amigos, mas também da família.

Para complementar o perfil dos entrevistados, entendeu-se que era importante saber em quais festivais eles já haviam participado, com isso esperava-se ter uma ideia de que tipo de evento e experiências os entrevistados haviam vivido. Observa-se, ao analisar as respostas desta pergunta que, após a

³⁰ Festival de Música que aconteceu pela primeira vez na Capital Federal em 2003, e desde então teve edições esporádicas em 2008, 2009 e 2010.

participação em 1 ou 2 festivais, se torna um hábito esta participação, pois nenhum dos entrevistados apontou apenas 2, sendo apresentado um número muito maior. Como era possível apontar todos os festivais que já haviam participado, o universo de resposta extrapolou o número de entrevistados.

Entretanto, os festivais mais apontados pelos participantes foram o Rock in Rio citado por 17 entrevistados, Porão do Rock por 15, Lollapalooza por 11, SWU por 8, Universo Paralelo citado por 4 entrevistados, Planeta Terra também por 4 entrevistados, Planeta Atlântica por 2 e Festival de Inverno também por 2. Ainda foram citados 4 festivais internacionais, e 8 vezes festivais de música eletrônica como um todo, 2 vezes o Caldas Country e a Vila Mix, dentre outros festivais locais.

As respostas reforçam o apontado anteriormente, ou seja, a primeira participação em festivais de música acontece na própria cidade, na maioria dos casos acompanhados pelos amigos, mas também com grande presença de familiares. Entretanto, após conhecer o ambiente e o tipo de evento é que se extrapola as barreiras físicas e o participante sai da sua cidade de origem em busca de outros festivais maiores.

A seguir no Quadro 5.1 será apresentado um resumo dos dados referentes ao perfil dos entrevistados.



Quadro 5.1: Quadro resumo - Perfil dos Entrevistados

5.3.2 MOTIVAÇÃO DA PARTICIPAÇÃO

O segundo bloco de perguntas se refere à motivação para a participação em festivais. Sendo que este bloco aborda as questões motivacionais diretamente, mas também se utiliza de complementos para se identificar a motivação, como a experiência vivida nos festivais, a interação e o compartilhamento proporcionado por ele e a influência do lugar para que a experiência ocorra.

A primeira pergunta realizada se trata da motivação para participar de festivais de música. Diante do exposto pelos casos pesquisados ficou aparente que várias coisas os motivam a participar de um festival, não apenas um elemento. Dentre as respostas, 20 delas apontaram que a música é a sua principal motivação para participar de festivais. Como é destacado na seguinte fala:

A minha motivação sempre foi ver uma banda específica que eu gostava, além do preço que geralmente costuma ser menor em festivais considerando o custo x benefício de se ver várias atrações. Mas posso dizer que hoje em dia vou pela oportunidade de ver e conhecer outras bandas.

Dentre os entrevistados, 11 apontaram, ainda, o evento como um todo, o espetáculo criado por ele. Destaca-se o apontado por um entrevistado: *“Observar como os espetáculos são ao vivo, o público e a organização e estrutura que formam o evento.”* 8 destacaram a interação social e 2 apontaram a duração de mais de um dia. Pode-se identificar estes elementos na fala de um dos entrevistados: *“O clima que os festivais proporcionam. Principalmente festivais que tem a duração de muitos dias. Na qual você dorme e acorda no festival. Você forma uma família momentânea e conversa com pessoas que nunca viu e pode ser que nunca mais veja.”*

Ao serem questionados se, além da diversidade de atrações musicais, qual seria a principal diferença entre um show de um artista e um festival de música 13 entrevistados apontaram que seria realmente a diversidade de bandas e até mesmo a diversidade de estilos que o festival proporciona. Um dos entrevistados aponta:

O festival te proporciona uma variedade de bandas muito grande. Às vezes você vai para ver um show específico, mas como fica muito tempo no local acaba tendo surpresas agradáveis com bandas que você não conhecia. Entretanto, uma desvantagem é que geralmente os shows são mais curtos do que em shows de somente um artista.

Foi apontado também como diferença entre o show de um artista e um festival, o público (3 entrevistados), a duração (3 entrevistados), o evento como um todo (3 entrevistados) e a estrutura montada para o evento (3 entrevistados).

Tendo em vista que existem muitos CDs e DVDs disponíveis no mercado, inclusive de shows ao vivo, lhes foi questionado o que os leva a ir pessoalmente a um concerto. Dentre os entrevistados, 9 apontaram a energia que o evento proporciona, como ressaltado na seguinte fala: *“A energia transmitida é completamente diferente, A pessoas juntas cantando, batendo palma, o artista interagindo com o público.”*

Sete dos entrevistados apontam que é o “ver ao vivo” que faz a diferença, como evidencia na fala de um deles *“Não existe DVD nem CD que substitua a música tocada ao vivo por aqueles que a criaram. Ir aos festivais é uma excelente oportunidade de passar tempo com os amigos, conhecer novas pessoas e trocar experiências.”* Inclusive nesta fala já aparece dois itens citados pelos entrevistados,

que é a interação entre as pessoas pontada por 6 deles, e a experiência vivida, apontada por 4 deles.

Com esta questão, observa-se outro ponto de convergência entre os festivais de música e o turismo. Considerando que, assim como os festivais, o turismo se utiliza de uma série de artifícios para divulgar suas potencialidades e possibilidades. O que faz com que desponte o questionamento da relação entre estes artifícios de divulgação e o fenômeno em si. Indagação esta feita aos entrevistados e será analisada mais diante.

Diante do apresentado entende-se que a motivação para participar de festivais de música é ampla e diversificada. Surge a partir das expectativas de cada um dos entrevistados. Como já apontado por Martins no referencial teórico deste trabalho (p. 91), a motivação perpassa por aspectos da personalidade.

Fazendo uma conexão com a teoria apresentada na p. 91, Hentschke aponta que em um show ao vivo há a troca de emoções e sensações entre o artista e o público, e também entre os integrantes do próprio público, ressaltando que essa é em muitos casos a motivação para estar presente nos festivais. Esta colocação realmente se evidencia a partir das falas dos entrevistados apresentadas, pois compõe os elementos mais citados como motivação para ir a um festival de música.

Ainda em se tratando da motivação para participar de festivais, foi questionado aos entrevistados os aspectos negativos dos festivais, considerando que os aspectos negativos podem mudar ou diminuir sua motivação e, ainda, impactar na experiência vivida.

Dentre os aspectos negativos, o mais apontado foram os preços praticados, citado por 9 entrevistados. Atrelado à condição da estrutura, com 7 apontamentos. Conforme apontado por um dos entrevistados *“A restrição e a competitividade nas opção de comes e bebes, que se tornam restritos e caros, e a precariedade de algumas estruturas, especialmente sanitárias.”*

Foi apontada como aspecto negativo por 5 entrevistados a programação. Um deles aponta: *“Em geral a ocorrência de vários shows ao mesmo tempo, e a conseqüente impossibilidade de assistir a todos, mostra-se um ponto negativo. O objetivo do festival é desfrutar do espetáculo de vários artistas. Com este formato, as*

“pessoas tem que escolher quais querem assistir em preferência de outros.” Entretanto, este mesmo aspecto é visto por outro entrevistado de forma positiva: *“Acho que a espera entre um show e outro, as vezes demora muito, mas acho que isso tem melhorado bastante nos últimos anos com os vários “palcos” simultâneos e com a tecnologia.”*

A alimentação também foi vista como ponto negativo para 4 dos entrevistados. Um deles ressalta *“Uma coisa que acho muito ruim é que sempre barram a entrada de comidas, mas penso que se ficarei o dia inteiro em determinado lugar, eu deveria poder levar a minha comida.”*

Outro ponto apontado por 2 entrevistados foi a “imagem” que os eventos tem. Um deles ressalta:

“Não sei se dá para mudar, porque as coisas ruins vem da cultura de cada um, mas acho que os excessos, as bebidas, as drogas, os roubos. [...] Eu acredito que tentaria mudar principalmente a visão que a maioria das pessoas tem, festival = drogas e bebedeira. Por mais que isto seja verdadeiro em alguns casos, não é justo sujar a imagem de todos os eventos e de quem procura um festival para vivenciar um momento de alegria.”

Observa-se que os aspectos negativos em geral não se resume a um único, o que fica evidenciado nas seguinte fala:

“Milhares, mas resumindo os problemas que ocorrem em muitos: A escolha de determinadas bandas quando se considera um contexto. Escolher bem os artistas e saber encaixá-los na programação. Banheiros normalmente são um problema, assim como os pontos de abastecimento de bebidas e alimentos, principalmente nos mega eventos. O acesso ao local e a logística envolvida nisso, juntamente com os agentes de transito e policitais. A acessibilidade é importante, a maioria dos eventos não suporta de forma necessária pessoas com dificuldade de locomoção ou com visão diminuída.”

Ainda respondendo ao questionamento dos aspectos negativos, um dos entrevistados aponta: *“De uma forma geral acho que inconvenientes sempre irão acontecer, e não vejo como um grande problema em si, nem como desmotivadores de ir a um evento como desses.”* E ainda teve um entrevistado que comentou *“Considerando que o festival seja bem dimensionado em termos de estrutura básica, profissionais e técnicos adequados, etc, eu não mudaria nada. Agora em festival mal organizado não tem o que comentar.”*

Diante dos apontamentos realizados pelos entrevistados verifica-se que os aspectos negativos, em geral, tratam de aspectos estruturais que, se melhorados, oferecerão aos participantes uma experiência mais qualificada. Entretanto, não se tratam de ameaças para a motivação da participação dos festivais e sim de melhorias para que os eventos proporcionem mais comodidade aos presentes e proporcionem uma melhor vivência.

Cabe, ainda, pontuar a relevância que se tem de realizar eventos desta magnitude de forma responsável, ou seja, diminuindo seus impactos negativos e seus impactos, envolvendo a comunidade local, oferecendo infraestrutura suficiente para atender a todos os envolvidos, inclusive aos que são portadores de necessidades especiais. Resgata-se a historicidade dos festivais de músicas apontados no capítulo 3 “Celebração dos festivais de música: um estudo da evolução ao longo dos anos”, em que foram apresentados alguns festivais que já possuem o viés da responsabilidade incorporados na sua essência e na sua dinamicidade, e que esta “adequação” de formato não afetou a experiência vivida, ao contrário, propiciou um melhor aproveitamento dos festivais e maior envolvimento dos participantes, enriquecendo ainda mais a experiência.

Dentro do bloco da motivação, foi abordada a questão da experiência vivenciada em festivais. A primeira pergunta desta temática questionava se o momento vivido durante os festivais lhe proporcionava uma experiência diferenciada. Dos 32 entrevistados 30 apontaram que sim, dentre as respostas destacam-se as seguintes falas:

Sim, é um momento muito energético de descontração, ao mesmo tempo em que proporciona uma interação social. Nos festivais a programação variada permite, também, aproveitar diversas experiências distintas tanto em ritmos como em ambientes e socialização mais ecléticos

Já outro pesquisado afirma que: “*Sim, é uma experiência única estar no meio de milhares de pessoas que gostam das mesmas músicas que você, a energia que emana do público e da banda, quando se estabelece essa conexão é indescritível.*” Outro entrevistado pontua: “*Com certeza, diferenciada e mágica! Como nenhum outro tipo de evento no qual participei tenha me dado tamanha experiência*”. E, ainda, outro entrevistado complementa: “

Sim, principalmente quando se percebe a motivação de mais de 100 mil pessoas ao redor com intuítos semelhantes ou os mesmos, a própria experiência de poder em um único dia assistir ao show de 6 bandas conhecidas mundialmente e com mais de 20 anos de estrada, ou até mesmo a qualidade, mas a música é justamente algo que meche conosco e nos emociona, transforma um momento, uma experiência, e esta memória é guardada e revivida quando lembrado.

Dentre as respostas apontadas, alguns pontos são evidenciados como elementos da experiência vivida nos festivais, como: a energia emanada, a interação social, o compartilhamento, a diversidade, a emoção e a memória.

Indo de encontro com alguns autores da temática, como apontado por Soares (p. 89 deste trabalho) a experiência vivenciada pelo ser humano causa uma emoção, que por sua vez irá despertar sentimentos e sensações. Elementos estes percebidos nas falas dos entrevistados.

Ainda no que se refere a questão – O momento vivido durante o festival lhe proporciona uma experiência diferenciada? – 2 dos entrevistados apontaram que *“Não mais do que um show de um artista.”* O que pode inferir que a vivência de um show lhes proporciona uma experiência, entretanto essa experiência não se difere de uma experiência proporcionada por um festival, mas ainda sim uma experiência.

Dentro do bloco de experiência vivenciada em festivais, lhes foi questionado sobre o que entendem por experiência. Os apontamentos foram diversos, entretanto ao realizar uma tentativa de criar categorias destacam-se a abordagem da vivência, por 16 entrevistados, tais como: *“A experiência significa uma vivência. Quando se vivencia algo, se experiência algo, adquire-se impressões e sensações.”*; Outro afirma que: *“Vivência de algo que faz diferença para você em qualquer aspecto da sua vida.”*; outro ainda: *“Uma vivência, marcante ou não, que permite me conhecer melhor algo, e que dela posso aprender alguma coisa que vou carregar por toda vida”*.

Ainda em resposta a esta questão, foi apontada pelos entrevistados a vivência atrelada com a memória: *“Lembranças, positivas ou negativas, que nos lembram momentos passados”*; e também: *“O acúmulo de memórias”*.

Outro comentário referente a esta questão relacionava a experiência com algo novo, como: “*Experiência é quando você é exposto a algo novo e de certa forma te satisfaz*”.

Tendo em vista que na questão anterior 30 dos entrevistados apontaram que o momento vivido nos festivais lhes proporcionam uma experiência, a percepção sobre o que significa experiência, diante do olhar dos entrevistados, pode complementar o entendimento da experiência vivenciada nos festivais.

Assim, as percepções dos entrevistados quanto ao significado da experiência atrelada a questão anterior em que 30 deles apontaram que a vivência de festivais lhes proporcionam uma experiência diferenciada, reforçam os festivais como algo marcante, de vivência, em muitos casos de algo novo.

Para complementar o entendimento da experiência proporcionada pelos festivais, a questão seguinte indagava: Quais elementos você acha que é único na experiência da vivência de um festival de música? Dentre os entrevistados, 13 apontaram o público como elemento único do festival. Outros 5 apontaram a emoção vivida e 5 destacaram a diversidade do evento, enquanto que 3 destacam a estrutura do festival.

Como o público do festival foi apontado como um elemento único da experiência vivida nos festivais surgiu o questionamento: Em geral, com quem você vai para festivais de música? Em que 18 afirmaram que vão com amigos, 6 com a família, 4 com companheiro/conjuge e 3 com pessoas que tenham os mesmos gostos musicais.

Para complementar a análise da vivência compartilhada, foi questionado aos entrevistados se eles iriam sozinhos. As repostas foram bem equilibradas com 15 entrevistados apontando que não, pois “*A interação com o público que um artista tem com os mesmos gostos que você é tão importante quanto que essa interação ocorra com pessoas com as quais já se divide opiniões e gostos*”. Na mesma linha, outro entrevistado aponta: “*Não, pois a experiência do festival está atrelada aos seus amigos, é uma experiência que foi arquitetada para ser vivida por completo em grupo, ela seria diferente se fosse vivida individualmente.*” Um dos entrevistados ressalta: “*Já fui uma vez, mas a vivência é menos prazerosa.*”

Em contraponto, 14 entrevistados apontaram que sim, iriam a um festival sozinho pois: *“a chance de fazer amizade é grande, e não compromete a minha experiência com a música em si”*; outro entrevistado complementa: *“Com certeza, você nunca fica sozinho mesmo se quiser. Fica tudo tão tranquilo e em paz que você se torna amigo e cria amizades até o final do festival, em eventos com camping e mais de um dia de duração”*.

Ainda, 2 entrevistados apontam que depende, pois: *“Sim iria para assistir um show do qual eu goste muito, porém não iria para o festival em si”*.

Ao analisar as preferências dos participantes quanto a ida aos festivais acompanhados ou não identifica-se um cenário heterogêneo, e não foi evidenciada a que se deve essa característica. Observa-se que a interação com amigos e familiares que compartilhem dos mesmos gostos como uma elemento importante para a experiência, assim como a possibilidade de interação com outras pessoas, possibilitando ambas as situações configurem-se como uma experiência satisfatória.

Para finalizar a análise diante do compartilhamento proporcionado pelos festivais, foi questionado se os festivais promovem uma aproximação das pessoas e se esta aproximação seria momentânea. Dentre os entrevistados, 22 apontaram que os festivais promovem uma aproximação das pessoas, conforme pode se evidenciar na seguinte fala: *“Sim, promovem. Elas ficam mais receptivas, porque sabem que todos que estão ali, estão na mesma sintonia ou bem próximas.”* Outro entrevistado relata: *“Sim, aproximam conhecidos que dividem os mesmos gostos, e também proporcionam o contato com novas pessoas que possuem também os mesmos gostos.”*

Por outro lado, 5 afirmam que os festivais não aproximam as pessoas: *“Não existe aproximação, existe aglomeração e uma troca momentânea de energia”*, e ainda, *“Não acho que haja aproximação real. Você convive com estranhos por um intervalo, mas nada muito íntimo”*.

Entretanto, as serem questionados se esta aproximação era momentânea, todos os 27 que responderam esta pergunta apontaram que depende de cada um: *“Essa aproximação pode ser momentânea ou não, mas esta definição está além dos*

festivais. Ela se aloja no tipo de comportamento característico de cada tipo de público”.

Relacionando o obtido desta pergunta com a teoria apresentada nesse trabalho, Hentschke, na p. 100, aponta que uma das motivações para estar presentes nos festivais de música ou em determinado concerto ao vivo pode surgir do desejo de compartilhar e interagir com o artista e com o público.

As questões anteriores do bloco de compartilhamento apontaram que: o público é um dos elementos únicos da experiência do festival; a heterogeneidade do cenário quanto à ida a festivais acompanhados proporcionam a experiência em ambos os casos. Realizando uma conexão com as respostas obtidas quanto à aproximação que o festival promove das pessoas, emerge-se a constatação do exposto por Hentschke, de que a interação entre os participantes é um elemento importante na experiência vivenciada nos festivais.

Ainda dentro do bloco de perguntas sobre a motivação do entrevistado participar de um festival, está a “ruptura do cotidiano”. Escolheu-se essa categoria para verificar se nos festivais de música há a ocorrência da ruptura e como ela se relaciona com os festivais.

Em relação a essa temática, o primeiro questionamento realizado é quanto ao sentimento predominante dentro do festival. Dentre os entrevistados, 11 apontam a felicidade como sentimento predominante; 6 a animação; 4 relacionam este sentimento com a música, como explicitado na seguinte colocação: “literalmente: *Uaaaaaaaauuuuuuu! Que massa!! Que música eles vão tocar agora?*”. E, ainda, foram citados a união, a liberdade e o bem estar como sentimentos predominante durante os festivais.

Foi questionado, também, o que os participantes gostariam de levar do festival para o dia a dia. 9 dos entrevistados apontaram que não gostariam de levar nada do festival para o dia a dia, enquanto que outros 18 apontaram que gostariam de levar algo. Dentre os que gostariam de incorporar algo dos festivais ao dia a dia a música foi a mais pontada com 10 colocações, conforme ressaltado por um entrevistado “*A surpresa de ouvir uma música. Cada vez que se ouve uma música numa execução ao vivo, era pode ser diferente, e isso é encantador.*” Além das 10

colocações sobre a música, foram citados a liberdade (2 vezes), a companhia, a energia, a união, a euforia, a expectativa e a felicidade.

Aproveitando o destaque dado à música, questionou-se a um dos entrevistados se seria possível explicar os efeitos que a música causa. O retorno obtido foi interessante e pode contribuir para o processo de análise:

A música provoca algumas alterações psicossomáticas, e elas podem ser citadas. Uma súbita alegria, euforia, arrepio na pele, sensação de se estar completo, ao se fundir com as ondas sonoras. A explicação para isso, eu sou incapaz de achar, mas são sensações incríveis, ótimas e viciantes.

Diante da fala do entrevistado, sobressai o seu apreço pela música, mas também os sentimentos despertados ou propiciados pela mesma. Ao se levar em conta que:

- quando questionados sobre o que os leva a participar dos festivais (a primeira questão do bloco de motivação) 19 entrevistados apontaram a música;
- quando questionados sobre o que difere um show de um festival (segunda pergunta do bloco de motivação) 13 apontaram a diversidade musical;
- quando questionados sobre o que os leva a ir pessoalmente (terceira questão do referido bloco) 7 apontaram a vivência ao vivo da música, 7 a energia transmitida e 6 a interação entre o público e o artista.

Pode-se inferir que a música possui um papel importante no processo de motivação destas pessoas, tendo em vista que uma parte relevante das suas expectativas quanto ao festival estão atrelados à música, mesmo que não somente a ela, como já apontado anteriormente. Estes fatores podem ser respaldados pelos sentimentos pontuados pelo entrevistado ao “*se fundir com as ondas sonoras*”. Este momento de “fusão” é possibilitado pelos festivais de música.

Outro bloco de perguntas referente à motivação foi a influência do lugar para a vivência do festival. Sendo assim, o primeiro questionamento realizado foi quanto à influência do ambiente, estrutura e cenário criado para o evento e a sua experiência vivenciada. Quase a totalidade dos entrevistados (30), afirmaram que o lugar criado para os festivais influencia na experiência vivida. Em relação a esta argumentação, destacam-se as seguintes falas:

Certamente. O cenário no qual ocorrem os festivais influenciam nas impressões das pessoas, inclusive dos artistas e a sua atuação e interação com o público. A simples imersão no ambiente causa sensações nas pessoas de forma com que os ambientes de festivais são estruturados para causar. A influência nos artistas reforça, sonoramente, a chegada destas impressões à plateia.

Outro entrevistado complementa: *“Totalmente, cada festival conta uma história, tudo é planejado de uma forma artística e que vai trazer diferentes experiências, mesmo ainda que sejam os mesmos artistas.”* Outro entrevistado pontua:

Completamente, como tratado anteriormente, se não ouviria de casa, tudo faz diferença: a ornamentação, a produção, os efeitos visuais com várias luzes, pirotecnia, painéis, telões, efeitos especiais em geral, bem como a disposição e organização dos locais de fluxo, alimentação e etc.

Como ressaltado na última fala, a imersão ao lugar criado para a experiência, a utilização de efeitos especiais, o ambiente criado por cada festival são diferenciais que motivam a participação dos festivais, fazendo com que os participantes queiram estar presente. Tal fato pode ser ilustrado pela Figura 5.4.

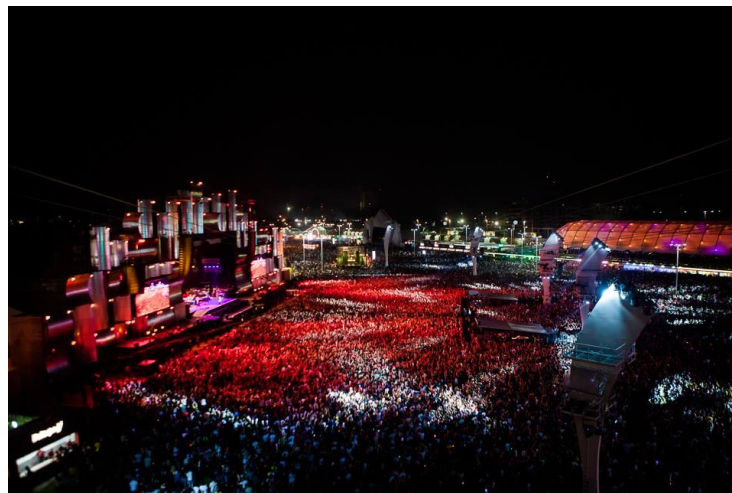


Figura 5.4: Espaço construído para a realização do Rock in Rio 2011.
Fonte: Rock in rio (2013)

Outro questionamento realizado quanto à motivação para a participação em festivais foi com relação ao significado que os participantes dão às atrações complementares as atrações musicais. As respostas foram diversas e apontaram não só significados diferentes, mas também elementos complementares diferentes. Ao analisar a fala dos entrevistados, os elementos complementares foram divididos

em atrações musicais locais e equipamentos de entretenimento. Referente às atrações musicais locais foi pontuado por 4 entrevistados como um complemento interessante, conforme explicitado na seguinte fala: “Quando são atrações locais eu apoio muito, pois é uma chance de artistas que nem sempre têm a oportunidade de aparecer para um grande público.” Outro entrevistado completa: “São importantes, tanto para o público conhecer novas atrações que não conhecia, como para a banda que ganha popularidade e tem oportunidade de mostrar o seu trabalho.”

Com relação às atrações complementares, em termos de equipamentos de entretenimento, tais como roda gigante, tirolesa, stands de interação com patrocinadores, dentre outros, foram pontuados por 23 entrevistados como algo que agrega valor, como apontado por um deles:

Totalmente. Cada festival conta uma história... tudo é planejado de uma forma artística e que vai trazer diferentes experiências, mesmo ainda que sejam os mesmos artistas ou a mesma música presente”, e ainda: “permitem que a experiência se torne mais completa e interessante, quebrando a monotonia

Outra fala ressalta: “são eles [atrações complementares] que fazem o diferencial entre os festivais e os shows normais”. Seguindo a mesma linha outro complementa:

Para você ficar o dia inteiro em um lugar, ele precisa te dar opções para você se distrair enquanto espera a sua banda, ou descansar em algum lugar, por isso é legal essas coisas lúdicas, como roda gigante e montanha russa. E como é um tempo que seria “ocioso” se fosse uma espera infinita, quando têm essas coisas, você até chega mais cedo, porque sabe que vai ter alguma coisa para fazer.

Sendo que outro 3 apontam estas atrações fazem parte dos festivais, entretanto eles não dão importância a elas.

Diante das falas expostas, observa-se que os componentes do ambiente construído, ou seja, as atrações complementares do festival – os palcos com músicas alternativas, as atrações de entretenimento como rodas gigantes, montanha russas, e até mesmo os stands dos patrocinadores – são justamente o que diferenciam um festival de um show de determinado artista, mas são também elementos que proporcionam a experiência e que fazem de um festival o que ele é, por meio das “histórias que eles contam”, como citado por um entrevistado e observado na Figura 5.5.

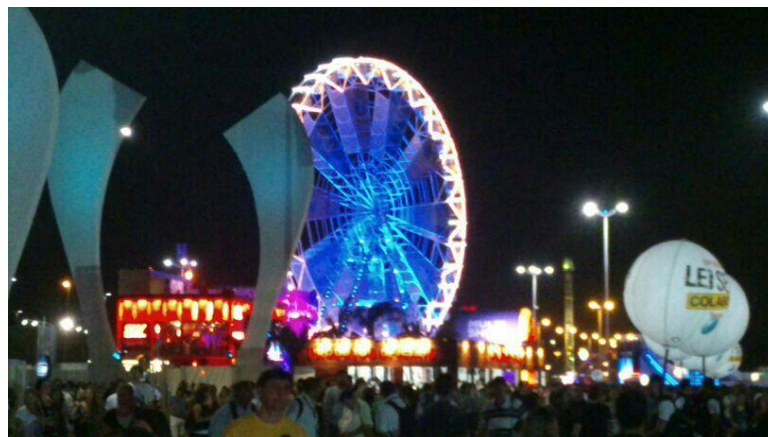


Figura 5.5: Atrações complementares dos festivais - Rock in Rio 2013.

Foto: Rayane Ruas

De acordo com as teorias de Augé (página 94 deste trabalho), os espaços inventados pelos festivais seriam “não-lugares” construídos artificialmente para se tornarem uma atração e para abrigarem a experiência. Mas observa-se que os lugares construídos para a experiência concretizam a expectativa do imaginário ao proporcionar uma interação diferenciada e a experiência desejada ou muitas vezes inusitada.

Maia e Lattanzi (na página 100 deste trabalho) discutem a interação das pessoas com o meio e apontam que cada indivíduo se relaciona com o ambiente de forma diferenciada. Ressalta, ainda, a relevância destas pessoas não serem somente receptores passivos, mas sim atores da sua própria experiência. Sendo assim, observou-se durante a pesquisa exploratória, e a partir das falas dos entrevistados que a apropriação e a interação com as atrações (de entretenimento) complementares de um festival, é quando se identifica a possibilidade dos participantes serem o principal ator da sua experiência e não somente o receptor.

A última pergunta realizada com relação ao lugar criado para a realização dos festivais foi quanto a existência de um lugar ideal para a realização destes eventos, em que 10 dos entrevistados responderam que sim, desde que suporte um evento de grande porte. De forma geral um entrevistado afirma: “*um lugar ideal para a realização de festivais é um local onde seja possível aliar eficiência de transporte com a falta de necessidade deste, sendo os setores de hospedagem, alimentação, saúde e entretenimento suficiente perto do local de realização do festival que dê aos participantes autossuficiência.*” Outro entrevistado complementa: “*qualquer lugar verde ou mais afastado como fazendas, parques, etc. pois há mais espaço aberto.*”

Outros 7 entrevistados afirmaram que existe um lugar ideal para a realização de festivais e apontaram que local seria este, foram eles: a Praia de Pratigui na Bahia, onde já é realizado o festival Universo Paralelo; No Estádio Mané Garrincha em Brasília, por ser um local amplo, com infraestrutura necessária ao seu redor e facilidades com transporte *“além de ser uma cidade que embora seja a capital do país não é conhecida por muita gente e seria uma oportunidade”*; Esplanada dos Ministérios em Brasília, *“em julho porque não chove, é ampla, plana, simétrica, central, espaçosa o suficiente, longe de residências”*; No Rio de Janeiro; Na Praia, pois conforme afirmado por um entrevistado *“seria diferente do contexto urbano da maioria dos festivais”*; Na Europa, *“por conta do clima”*; e em Fazendas Grandes.

Sendo assim, 17 entrevistados apontaram que existe um lugar ideal para a realização do festival, poucos (7) estabeleceram que lugar seria este, sendo que os demais apontaram o ideal como *“um lugar que o suportasse”*. Além desses, 6 entrevistados ressaltaram que não existe lugar ideal, pois com uma boa produção tudo é possível. Dentro desse grupo, resalta-se o seguinte depoimento: *“Não especificamente. Acredito que uma boa produção consegue fazer de qualquer espaço o ideal para um bom evento.”*

Diante das respostas apresentadas na seção da influência do lugar para a experiência do turismo, inserido no bloco de motivação, observa-se a que:

- Ao serem questionados quanto à influência do lugar para a vivência no festival, 30 afirmaram que o lugar cria influência na experiência
- Quanto ao significado dado às atrações complementares, foi pontado como atrações complementares a música local, e os equipamentos de entretenimento inseridos no festival, ao total 27 entrevistados apontaram como algo positivo que agrega valor na experiência.
- Ao serem questionados pelo lugar ideal para a realização de festivais, 10 entrevistados apontaram que o lugar ideal seria qualquer lugar que o suportasse e 6 ressaltam que com uma boa produção qualquer lugar pode ser o ideal para a realização de um festival.

Sendo assim, observa-se que os espaços criados para abrigarem o festival possuem extrema relevância no processo de vivência da experiência, impactando

diretamente nela. Ainda, infere-se que o fato de este espaço ser “artificial” e criado para este fim não reflete negativamente na experiência vivenciada nos festivais, ao contrário, 16 dos participantes apontaram que a criação do lugar ideal para a realização deste tipo de evento está a cargo da produção, cabendo a ela dimensionar o evento e criar um espaço que propicie a experiência.

Não se pode deixar de apontar a similaridade com o turismo. Sabe-se que os lugares de memória e de cultura, são valorizados e relevantes dentro do turismo, entretanto, os lugares criados já se consolidaram e se converteram em importantes destinos turísticos, tais como os citados na fundamentação teórica – *Walt Disney World* e *Dubai*. Conforme destacado por Augé (página 95 deste trabalho) na supermodernidade em que vivemos surgem inúmeros não-lugares, ou seja, lugares criados para a experiência.

O Quadro 5.2 apresenta as conclusões extraídas da motivação dos participantes para estarem em festivais de música.

<p style="text-align: center;">Motivação</p> <p style="text-align: center;">A motivação para participar de festivais de música é ampla e diversificada envolvendo: a música, o espetáculo criado e a interação social. A motivação se dá, também, pelo desejo de ver ao vivo e pela diversidade, energia e emoção que o evento proporciona. Sendo que a motivação surge a partir das expectativas de cada um dos entrevistados.</p>		
<p>Experiência vivenciada em festivais / Ruptura do Cotidiano</p> <p>As participações em festivais proporcionam uma experiência diferenciada, tendo como elementos o público do festival, a emoção vivida, a diversidade do evento e a estrutura criada. A música possui um papel importante no processo da experiência vivenciada nos festivais e consequentemente na ruptura do cotidiano.</p>	<p>Compartilhamento</p> <p>Tendo em vista que revelou-se a interação social como um elemento da motivação e o público, da experiência vivenciada em festivais, verificou-se que a preferência quanto a ir acompanhado ou sozinho foi similar ressaltando o compartilhamento com pessoas que possuem os mesmos gostos mas também a possibilidade de interação com outras pessoas. Consolidou-se que a interação entre os participantes é uma elemento relevante na experiência vivenciada nos festivais.</p>	<p>Influência do Lugar</p> <p>Os espaços criados para abrigarem o festival possuem extrema relevância no processo de vivência da experiência, impactando diretamente nela. O fato de este espaço ser “artificial” e criado para este fim não reflete negativamente na experiência vivenciada nos festivais.</p>

Quadro 5.2: Elementos da motivação

Com este quadro resumo finaliza-se o bloco da motivação, que abordou os aspectos motivacionais diretamente, mas também se apoiou em algumas variáveis para identificar esta motivação, tais como a experiência vivida nos festivais, a interação e o compartilhamento proporcionado por ele e a influência do lugar para que a experiência ocorra.

5.3.3 TURISMO NOS FESTIVAIS

O último bloco de perguntas relaciona o turismo com os festivais, abordando não só aspectos do turismo, como também, uma seção de perguntas com relação à influência dos meios de comunicação nos festivais e o seu impacto na motivação para a participação.

O primeiro questionamento realizado tratou da indagação se a participação em festivais poderia ser considerada turismo. Dezesseis dos entrevistados consideraram participar de festivais de música como turismo, pontuando que: *“Sim, pois influencia na economia e cultura local, além de proporcionar ao turista, não somente ir a um festival, mas também conhecer a cidade”*. Outro entrevistado comentou *“Se for em outra cidade sim por abrir oportunidade de conhecer também os atrativos da cidade.”* Outro entrevistado complementa: *“Sim, penso inclusive que o conceito de turismo seja também esse conjunto de experiências proporcionadas pelo festival, desde o planejamento da viagem até as recordações que ficam no final.”*

Por meio da última fala emerge-se um dos objetivos deste trabalho, ao qual trata de discutir as experiências proporcionadas pelos festivais enquanto experiências turísticas. Um dos entrevistados identifica esta conexão e a expressa como uma das semelhanças entre ambos.

Ainda respondendo a indagação quanto à participação de festivais e o turismo, 6 entrevistados afirmaram que não consideram participar de festivais de música como turismo *“pois durante os festivais que eu fui não fui pela cidade e sim pelas atrações dos festivais”*, e ainda outro entrevistado ressalta *“não, porque eu vou para ver o festival em si e não me importa onde ele esteja situado”*.

Entretanto, outros 6 entrevistados apontam que não totalmente apontando que:

Muito embora (quando se considera um festival em outra cidade) o objetivo principal não seja a visita a outros locais, e sim a presença no evento, essas trocas de impressões ocorrem. Assim como relações econômicas e interações entre os participantes do festival e os habitantes locais.

Outro entrevistador complementa:

Provavelmente de forma indireta, porque sempre foi um bate e volta, difícil de conhecer melhor o lugar que está o evento e tudo mais, mas sim é turismo, pois compreende os elementos necessários para esta definição, mesmo que o espectador não se sinta assim por tudo ser tão rápido.

Com tais colocações, observa-se a relação do festival com a cidade e a ocorrência do turismo, mesmo que a motivação das pessoas não seja ir a determinada cidade, mas sim à um evento que ocorre nela, indiretamente acaba resultando em turismo. Percebe-se um entendimento por parte dos entrevistados quanto à temática, considerando que entendem que usufruem de serviços e equipamentos turísticos mesmo indo motivados pelo evento. No turismo, os eventos são ferramentas utilizadas para impulsionar a atividade e movimentar seus equipamentos que estariam ociosos em um período de baixa sazonalidade, conforme apontado por Brito e Fontes na página 96 deste trabalho.

Tendo como base a indagação dos entrevistados sobre a realização ou não do turismo na oportunidade da sua participação de festivais de música, questionou-se o que os mesmos consideravam ser turismo. Dentre os entrevistados, 18 apontaram que o turismo está relacionado com conhecer algo novo, como comentado por um deles *“Ir para locais que eu não conheço com o objetivo de conhecer. Conhecer lugares marcantes desse local, conhecer os hábitos da população local, onde de encontram, o que fazem, para onde vão, onde se divertem, etc.”* e, ainda foi comentado que: *“conhecer outros lugares, a história, pontos turísticos e coisas típicas do local”*.

Outros 7 entrevistados relacionaram o turismo com uma vivência, conforme pode ser evidenciado pela seguinte fala: *“Vivenciar a cultura, arquitetura, paisagens e apreciar as diferenças sociais do local visitado.”* Outros 6 apontaram que o turismo está relacionado com o deslocamento *“É a atividade de deslocamento de pessoas*

de um lugar para o outro”. E, ainda, foi citado por 3 entrevistados a questão da experiência e por 1 deles que o turismo é algo que lhe faz feliz.

Com base nas respostas com relação ao turismo ressalta-se que:

- 16 dos entrevistados consideraram participar de festivais de música como turismo.
- 18 dos entrevistados apontaram que o turismo está relacionado com conhecer algo novo e 7 relaciona o turismo com uma vivência.
- 30 dos entrevistados consideram que o lugar que abriga o festival influencia na experiência. (Bloco de perguntas motivação – seção influência do lugar)

Tendo em vista que 25 entrevistados relacionaram o turismo com conhecer ao novo ou ter uma vivência, e que 16 entrevistados considera participar de festivais como turismo. Evidencia-se que é possível que os participantes viajem para vivenciar os festivais em busca de conhecê-los e explorar os lugares criados para que ele ocorra.

Outro questionamento realizado foi quanto à relação dos meios de comunicação e o turismo. Dentre os entrevistados, 12 apontaram que os DVD's, televisão, internet, livros e revistas são meios de publicidade que incentivam e alavancam o turismo. Destaca-se um depoimento que afirma:

Os meios de comunicação são capazes de te induzir a um pré-turismo, por assim dizer, em determinada localidade, porque, ao ressaltar aspectos positivos ou negativos de determinado local, eles podem motivar um turista a ir conhecer o lugar e ter a sua própria experiência lá. Hoje em dia você raramente vai a uma cidade sem saber as principais coisas que a maioria dos visitantes fazem por lá, os hotéis mais bem referenciados, restaurantes e etc, o que acaba, as vezes, induzindo até o tipo de turismo que você faz baseado na experiência e opinião de outros visitantes.

Outro entrevistado pontua:

A internet é grande responsável pelo fomento do turismo, acredito eu, por ser uma grande ferramenta de pesquisa e discussão de roteiros de turismo, fazendo com que as pessoas possam definir suas rotas e até instigam um público potencial a realizar uma viagem para um lugar desconhecido, por exemplo.

Outros 9 entrevistados veem os meios de comunicação como uma forma de despertar o interesse para os locais e para o turismo, como ressaltado por um entrevistado: “Os meios de comunicação proporcionam um vislumbre àqueles que

não puderam comparecer ao evento divulgado do local onde ele foi realizado. O interesse pelo turismo pode nascer aí.” Outro entrevistado complementa: “internet, livros e revistas facilitam o despertar da curiosidade, as vezes você vê ou lê algo interessante e tem interesse de ir ou vivenciar aquilo.”

Portanto, observa-se que nenhum dos entrevistados vê os meios de comunicação como uma ameaça para o turismo, também nenhum deles entende que “ver pela TV” é o suficiente, ao contrário, pelo pontuado em algumas falas. O entendimento geral propiciado pela questão é que os meios de comunicação despertam o interesse, facilitam o planejamento da viagem, e possibilitam que as pessoas viajem, e de forma alguma o substitui.

A pergunta de fechamento do bloco central sobre turismo questionava se, ao viajar para um festival e a turismo, os participantes se sentiam da mesma que para outras viagens. 23 dos entrevistados apontaram que não se sentem da mesma maneira por motivos de programação durante a viagem e expectativa, como apontado na seguinte resposta:

Não, pois quando vou a um festival tenho um objetivo e todo o resto gira em torno disso, meu tempo, opções de quais caminhos usar, lugares que vou poder ir ou não em função do festival, se for livremente apenas faço o que der vontade ou, caso já tenha programado a visita a algum lugar específico, vou até lá, mas a sensação é de mais tranquilidade e relaxamento.

Outro entrevistado ressalta:

Não, pois a expectativa gerada nesses casos são diferentes. Para um festival, você passará a viagem somente pensando nele, focando o seu horário e seus esforços para ele. Já em uma viagem normal, é normal conhecer a cidade, diversos pontos turísticos, restaurantes, etc.

Por ultimo, outro entrevistado complementa: *“Eu acho que cada viagem tem o seu motivo, logo traz diferentes tipos de sentimento. Na minha opinião, nenhuma viagem tem a mesma sensação que outra, como também não provoca a mesma vivência”.*

Ainda, apenas 2 entrevistados afirmam ter sentimentos similares durante uma viagem para um festival e a turismo, apontando que *“eu me sinto da mesma forma, adoro viajar, mas quando viajo sempre busco música locais então é algo que se aproxima bastante”*, e ainda outro pontua: *“Sim, pois o festival é mais um atrativo para a viagem”.*

Com falas apresentadas percebe-se que os sentimentos durante as viagens não são os mesmos, no caso de uma viagem a um festival, ela se difere das demais devido á expectativa, mas principalmente à forma de utilização do tempo durante a viagem, já que existe uma programação intensa a ser cumprida e o objetivo é aproveitar ao máximo o evento e não relaxar, ao contrário de uma viagem turística, no qual o objetivo é descansar e viver o seu tempo.

O outro bloco de perguntas, que está inserido no contexto do turismo, trata-se da transmissão dos festivais via televisão. Seu primeiro questionamento se refere a opinião dos entrevistados com relação a transmissão dos festivais pela televisão. Dentre os entrevistados, 25 apontam a transmissão como positiva, conforme ressaltado nas seguintes falas: *“Excelente forma das mídias ganharem mais dinheiro e das pessoas que não podem ir poderem acompanhar em tempo real, o que os faz se sentir melhores, pois mesmo não estando lá, podem acompanhar em tempo real. Isso faz as pessoas se sentirem incluídas.”* E ainda foi colocado:

Acho a ideia muito boa. Nem todo mundo pode comparecer aos festivais que gostariam de ver, por diversas razões. A transmissão é uma forma de poder curtir as apresentações ainda assim. Embora não sejam feitas da melhor forma possível, ainda, essas transmissões contam com vários diferenciais.

Este entrevistado complementa: *“Acho válida, mas não substitui a experiência de se estar lá. É algo muito bom para quem ou não se interessa em ir, mas gosta da música e do espetáculo, ou quem não pode mas gostaria de acompanhar, e até mesmo como fundo para uma festa caseira.”*

Outros três entrevistados não se posicionaram se consideram positivas ou negativas as transmissões de festivais pela televisão mas apontaram que *“A transmissão permite visualizar os acontecimentos, mas não traz as mesmas sensações da participação no evento”*, e ainda foi colocado por outro entrevistado: *“Para ser sincero, nunca assisti nenhum”* e, o último deles comentou: *“Faz parte do mix de produtos que compõe a lucratividade dos festivais”*. Ainda, apenas 1 entrevistado apontou como negativa a transmissão, afirmando que *“São horríveis, não retratam nem os shows.”*

Tendo em vista que quase a totalidade dos entrevistados veem como positiva a transmissão dos festivais, surge o questionamento se o fato de haver

transmissão ao vivo de determinado festival influencia na decisão de participar dele. Uma vez mais, quase a totalidade dos entrevistados (28), apontou que não influencia, ressaltando que:

Não, se a pessoa quer ver o show pela TV, compra um DVD ao vivo e dá na mesma. Ir a um festival é uma experiência que não se vive pela TV, a transmissão pela TV não substitui o festival, é apenas um 'prêmio de consolação' para quem não pode ir e não ficar extremamente deprimido". E ainda outro entrevistado ressalta: "Não, pois o fato de passar na TV determinado festival não faz com que as pessoas que gostam de música e das bandas deixem de ir para o festival, outros fatores são mais importantes, como disponibilidade de tempo e financeira.

Ainda em se tratando da influência da transmissão dos festivais pela TV, 2 entrevistados apontam que a transmissão pode influenciar na decisão de ir ao festival em uma próxima edição, como colocado a seguir:

Penso em dois pontos: 1º que vão ao festival se enlouquecem quando veem uma câmara, e querem aparecer. Então, o fato de ser transmitido instiga mais ainda o espectador que assiste a transmissão e vê o quanto foi bom o festival, e provavelmente vai ter a chance de estar no próximo.

Apenas um entrevistado ficou em dúvida quanto à resposta e afirmou "Se um festival tiver UMA banda boa e um monte de bandas ruins e for passar na TV, talvez eu não iria".

Sendo assim, entende-se que as transmissões dos festivais pela televisão, e em alguns casos pela internet, são positivas, pois podem apresentar os festivais para quem não pode ir, mas não substitui a presença no evento, assim como também não influencia a decisão de ir ou não.

O Quadro 5.3 apresenta um resumo das análises do bloco de perguntas referente ao turismo.

Turismo sob a ótica dos entrevistados	
<p>Para os entrevistados o turismo está relacionado com algo novo e com uma vivência. Pouco mais da metade consideraram participar de festivais de música como turismo, entretanto há o entendimento da relação do festival com a cidade que o abriga e a ocorrência do turismo durante o festival. A principal diferença em uma viagem para participar de um festival ou a turismo é a expectativa gerada para a viagem e a forma de utilização do tempo no local visitado.</p>	
<p>Meios de comunicação e o turismo</p> <p>Os meios de comunicação no turismo foi entendido pelos entrevistados como uma ferramenta de divulgação e de incentivo ao turismo e também uma forma de despertar o interesse nos turistas. Nenhum deles entende que “ver pela TV” é o suficiente, ao contrário incentiva a visitar os locais desconhecidos</p>	<p>Transmissão dos festivais pela televisão</p> <p>Os entrevistados consideram positiva a transmissão dos festivais pela televisão, apontaram como uma forma de divulgação do evento, mas que não substitui a participação nos festivais</p>
Meios de comunicação e a motivação	
<p>No turismo, meios de comunicação foram apontados pelos entrevistados como uma forma de despertar o interesse e fazer propaganda de lugares e potenciais desconhecidos.</p> <p>Nos festivais sua transmissão pela televisão não substitui a presença no evento, assim como também não influencia a decisão de ir ou não, ressaltando que "a experiência não se vive pela TV".</p>	

Quadro 5.3: Turismo e os meios de comunicação

Fazendo uma análise de todos os elementos abordados nas entrevistas, identifica-se como motivação (bloco 2) para a participação de festivais a música em primeiro lugar, mas em seguida o evento como um todo e o espetáculo gerado por ele (apontado por 11 entrevistados), e a interação e o social (ressaltado por 8 pesquisados). Ainda, revela-se que a ida pessoalmente a um festival está ligada ao ver ao vivo, à emoção, à energia transmitida, à interação e à experiência vivida. Elementos estes que não podem ser transmitidos pela televisão ou sentidos sozinhos, ou até mesmo acompanhados no sofá da sala, como colocado por um dos entrevistados.

Tais fatos fazem refletir sobre os elementos que devem compor um festival de música para aqueles que têm o apresso por este tipo de evento, fazendo com que os sentimentos proporcionados pela participação sejam insubstituíveis. Isso corrobora com o apontado por Soares (página 89 deste trabalho) que afirma que a experiência vivenciada pelo ser humano causa uma emoção, que faz com que

despertem sentimentos e sensações. Panosso Netto e Gaeta (página 89 deste trabalho) ressaltam que a experiência envolve memória e, principalmente, relações interpessoais. Ressalta-se, portanto a relevância de se estar presente no evento interagindo com os demais participantes, sejam eles conhecidos ou não, e a experiência não se ocorre da mesma forma ao assistir o mesmo festival pela televisão ou estar presente no evento.

Assim, com a apresentação dos dados coletados, a análise de suas respostas dos três blocos de pergunta e a sua ponderação tendo como base o referencial teórico, principalmente o apresentado no capítulo 4 “Festivais de música e o turismo”, emerge-se o questionamento de um dos objetivos específicos deste trabalho quanto às aproximações e divergências da experiência vivenciada nos festivais e a experiência proporcionada pelo turismo. Este assunto será discutido no próximo item.

5.4 EXPERIÊNCIA VIVENCIADA NOS FESTIVAIS X EXPERIÊNCIA PROPORCIONADA PELO TURISMO

Como apontado na seção anterior, após a análise das informações coletadas, e a realização da correlação entre elas e à teoria estudada, emerge-se o questionamento quanto à aproximação e a divergência da experiência vivenciada nos festivais de música e a experiência proporcionada pelo turismo.

Sendo assim, este item tem como objetivo discutir em que medida as experiências vivenciadas nos festivais se aproximam das experiências do turismo, seus pontos de convergência e de afastamento, a partir das falas dos entrevistados.

Primeiramente, ressalta-se de que os festivais proporcionam uma experiência diferenciada, conforme apontado no bloco de motivação – experiência vivenciada pelos festivais (página 120 deste trabalho) em que 29 dos entrevistados apontaram vivenciar uma experiência diferenciada nos festivais ressaltando que *“é uma experiência única estar no meio de milhares de pessoas que gostam das mesmas músicas que você, a energia que emana do público e das bandas, quando se estabelece essa conexão é incrível”*.

Foi apontado ainda por um dos entrevistados que:

Ver um show ao vivo em um festival de bandas que você curte te permite meio que 'fazer o show' junto com a banda. Você é tipo a segunda voz. Ninguém está lá para ouvir você cantar, mas você faz parte. A vantagem do festival é que é como se você fizesse 3, 4 shows na mesma noite, como se você fosse a segunda voz e integrante de 3 ou 4 bandas diferentes, e saísse de um show emendasse no outro!

Nesta fala, identifica-se primeiramente a sintonia entre os participantes do festival e o artista presente, mas é desta sintonia e desta interação que surge a experiência vivenciada e diferenciada proporcionada pelo festival. São as “milhares de pessoas” sendo a “segunda voz” que geram a “energia emanada” e se convertem em uma experiência sem igual.

Portanto, conclui-se que a vivência nos festivais proporcionam uma experiência aos participantes presentes.

Buscando entender esta experiência, foi questionado aos entrevistados o que eles entendem por experiência, já que todos a vivenciam nos festivais. O retorno obtido foi que a experiência envolve uma vivência, uma memória ou algo novo. Elementos estes presentes nos festivais de música, mas também no turismo.

Ao serem questionados se sentem o mesmo sentimento de uma viagem à um festival ou em uma viagem à turismo, quase a totalidade respondeu que não. Entretanto, os aspectos que os diferenciam é a expectativa, a utilização do tempo durante a viagem e a apropriação do lugar visitado. Como destacado na seguinte fala:

Em uma viagem normal há uma inserção em determinada cultura, enquanto que em um festival o que temos é um fluxo de culturas e de pessoas se reunindo e se misturando, que forma uma experiência diferenciada”. E ainda, “A expectativa gerada é diferente. Para um festival, você passará a viagem somente pensando nele, focando seu horário seus esforços para ele. Já em uma viagem normal, é normal conhecer a cidade, diversos pontos turísticos, restaurantes e etc.

Portanto, observa-se que o que diferencia a experiência nos festivais de música e a experiência no turismo é a vivência. Pois em ambos se tem uma vivência, entretanto a vivência no turismo pode ser mais relacionada com a comunidade local, rodeada de tranquilidade, momento de relaxamento, enquanto que a vivência nos festivais é intensa, e muitas vezes exaustiva, entretanto ambas buscam satisfazer uma expectativa, uma motivação. Observa-se, ainda, que o

turismo possibilita uma troca entre o visitante e a comunidade local, enquanto que durante a realização de um festival esta interação com a comunidade é mais restrita.

Conforme relatado pelos entrevistados, tanto no turismo como nos festivais de música os meios de comunicação não substituem a ida ao lugar. Pois ao serem questionados quanto à relação dos meios de comunicação e o turismo, todos os entrevistados apontaram que é uma forma de divulgação e de despertar a curiosidade induzindo à visita, portanto não substitui ir ao lugar, como ressaltado nesta fala:

Acho que a internet caiu como uma luva para o turismo. Acho que você ter acesso sobre qualquer lugar pela internet te instiga a ir até lá, poder ver o que outras pessoas acham ajuda muito. A TV continua sendo muito importante também. Acho que ambos incentivam o turismo, ver um lugar pela TV ou mesmo pela internet te influencia a visitar este lugar. A existência da internet e dos meios de comunicação também facilitam você a planejar uma viagem.

Em se tratando dos festivais, 25 dos entrevistados consideram positiva a transmissão dos festivais pela televisão, entretanto 38 deles apontaram que o fato de haver transmissão não influencia o processo de decisão de ir ou não a um festival, e, ainda, 2 apontam que a transmissão pode influenciar espectadores a ir a uma próxima edição do festival. Sobre a temática, um entrevistado afirma: “A vivência é uma experiência única não tem como ser comparada com uma transmissão pela televisão.” Nesta mesma linha, outro entrevistado comenta “A transmissão permite verificar e conhecer parte da estrutura, avaliar as atrações para embasar a decisão de participar em outros dias ou edições do festival”.

Diante exposto e discutido no decorrer da pesquisa, observa-se que a experiência nos festivais de música e no turismo são moldadas por uma expectativa, gerada por uma motivação. E, esta experiência contempla uma vivência em determinado lugar.

Ambas não podem ser transportadas ou transmitidas pela internet ou pela televisão, devendo ser vivenciada no lugar que ocorrem. Constata-se, ainda, que ambas de alguma forma marcam os envolvidos deixando uma memória.

Entretanto, o turismo possibilita inúmeras vivências, que são determinadas pela motivação do visitante. Por exemplo, a vivência em uma visita a uma cidade histórica, é diferente de uma visita ao carnaval de salvados, que também se

diferencia da ida a uma cachoeira. No entanto, todas são vivências possíveis no universo do turismo. Como apontado por um entrevistado *“Cada viagem tem o seu motivo, logo traz outros tipos de sentimento. Na minha opinião, nenhuma viagem tem a mesma sensação, como também não provoca uma mesma vivência”*.

Nos festivais de música, esta vivência não é tão abrangente quanto as vivências possíveis no turismo. A vivência proporcionada pelos festivais se configura por ser mais intensa, com uma motivação claramente definida, com pouca interlocução com a cidade visitada, mas com o estabelecimento de forte ligação com o lugar criado para abrigar os festivais.

O que evidencia que a vivência proporcionada pelos festivais de música, similar à vivência do carnaval de Salvador, poderia ser uma das vivências possíveis no turismo.

É pertinente ressaltar que o turismo é muito mais abrangente e possui inúmeras possibilidades de satisfação das expectativas dos seus visitantes e que os festivais de música estão inseridos neste rol de possibilidades, acrescentando mais uma possibilidade de satisfação às expectativas.

Com a conclusão das análises dos dados coletados realizada na seção anterior, após a discussão sobre as aproximações e divergências dos festivais de música e o turismo, com o objetivo de analisar em que medida as vivências nos festivais de música se configuram como uma experiência do turismo. Constata-se que os festivais de música contribuem para a diversidade de experiências proporcionadas pelo turismo, ao se verificar e a vivência proporcionada pelos festivais possuem em partes os mesmos elementos que a vivência do turismo (uma motivação, que gera uma expectativa, um lugar que abriga a experiência, uma interação social, seja com a comunidade local, com outros visitantes ou com outros participantes de festivais). Entretanto, os festivais não possuem a abrangência que o turismo propõe, configurando-se, portanto, como uma das experiências possíveis no turismo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo tem como objetivo resgatar os objetivos de pesquisa e verificar se eles foram alcançados, apontando as limitações da pesquisa e dificuldades encontradas, de forma que possa ser verificada se a hipótese de pesquisa é verdadeira ou não, conforme o método de pesquisa utilizado e a análise qualitativa das informações coletadas.

6.1 ALCANCE DOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O objetivo desta pesquisa foi "Analisar os festivais de música enquanto encontros que permitem a ruptura do cotidiano proporcionando uma experiência do turismo". A pesquisa apresentou os objetivos específicos para melhor direcioná-la ao alcance de seu objetivo maior.

Dentre os objetivos específicos o primeiro visava "Investigar a evolução dos festivais ao longo do tempo". Temática abordada no capítulo 2 "Evolução dos festivais ao longo da história", momento em que foi realizado um resgate dos eventos que proporcionavam uma celebração em prol do entretenimento na história.

Pontuou-se que o nas civilizações antigas, por se tratar do início dos encontros festivos e das celebrações, os grandes banquetes eram realizados para ressaltar os status dos envolvidos, no qual se gerava um espetáculo durante estas refeições. Destacou-se, ainda, as olimpíadas ultrapassando o nível das competições esportivas e se convertendo em grandes eventos que promoviam o deslocamento das pessoas e propiciavam a confraternização e a difusão do conhecimento e da arte.

Com o avançar da história e aproximar dos tempos atuais, idade moderna e idade contemporânea, identificou-se uma grande quantidade de eventos que visavam a celebração, direcionando então a pesquisa para o foco do seu objeto de estudos que foram os festivais de música. Finalizando, assim, o capítulo, com o seu objetivo atingido.

O segundo objetivo específico tratou da discussão da evolução dos festivais de música ao longo dos anos. Este objetivo foi abordado no capítulo 3 "Celebração dos festivais de música: um estudo da evolução ao longo dos anos". Por se tratar de

uma temática atual, não foi identificada bibliografia, sendo utilizado para a construção desta evolução materiais secundários, tais como reportagens, relatos, sites dos eventos, dentre outros. Esta foi a maior limitação e dificuldade encontrada no decorrer da pesquisa: pouca acessibilidade a publicações a cerca dos festivais de música sob a ótica subjetiva da motivação, da experiência e da interação, e não somente a ótica mercadológica e econômica.

No capítulo 3, os festivais foram apresentados, apontando suas principais características e contribuições para a formação do fenômeno “festivais” existente na atualidade.

Entende-se que esta historicidade foi fundamental para a compreensão do objeto de estudo, e para a realização da análise dos dados, ou seja, para todo o processo de construção deste trabalho. Vale destacar o esforço para uma evolução dos festivais de música é uma das principais contribuições deste trabalho.

O seguinte objetivo específico se propunha a investigar a motivação e as experiências relatadas pelos participantes entrevistados nos festivais de música. Abordada no capítulo 6 “Relato e Análise dos Casos Pesquisados”, na qual se emerge que a motivação para a participação dos festivais de música está atrelada à música, ao espetáculo criado, à interação com os participantes, ao local criado e à duração de mais de um dia do evento. Entretanto, infere-se que a motivação é composta pela expectativa e a concretização da experiência vivenciada no festival, fortemente baseada na interação que o evento possibilita e na influência que o lugar criado para abrigá-lo proporciona. Apontando para o alcance do objetivo estabelecido.

O último dos objetivos específicos se propôs a discutir em que medida as experiências proporcionadas pelos festivais de música se revelam como experiência turística. Tal objetivo foi contemplado no segundo item do capítulo 6 “Relato e Análise dos Casos Pesquisados”, em que se evidencia que a vivência nos festivais pode ser uma das experiências possíveis no turismo.

6.2 CONCLUSÕES

Este trabalho teve como problema de pesquisa o questionamento “até que ponto os festivais de música, entendidos como encontros que permitem a ruptura do cotidiano, podem se revelar como uma experiência do turismo?”

Inicia-se a análise do problema de pesquisa pela condicionante dos festivais de música “entendidos como encontros que permitem a ruptura do cotidiano”. Com base na análise de dados, pode-se observar que os festivais de música estão baseados em uma interação social, permitida por meio dos encontros.

Foi apontado que esta interação social pode se dar tanto com amigos e familiares que tenham apreço por este tipo de evento, como também entre participantes que não se conheciam e convivem por instantes durante o festival e ocorre uma troca.

Ressalta-se, ainda, a interação social ocorrida por meio da celebração estabelecida nos festivais de música, em que a sinergia entre os participantes e entre o artista que envolvem o evento como um todo.

Em se tratando da ruptura do cotidiano, infere-se que para a participação de festivais de música há um afastamento da rotina. Este afastamento pode ser percebido ao analisar o sentimento dos participantes ao participar de um festival, onde foi apontado uma dedicação de tempo exclusiva ao evento, inclusive sem se apropriar da cidade que o recebe, já que todas as atenções estão voltadas ao festival.

Retomando o problema de pesquisa, ao se confirmar que os festivais se configuram como encontros que possibilitam uma ruptura do cotidiano, analisa-se até que ponto os festivais de música podem se revelar como uma experiência do turismo?

Este questionamento está relacionado com o último objetivo específico desta pesquisa, com a sua análise realizada em com maior propriedade no segundo item do capítulo 6 “Relato e análise dos casos pesquisados”. Entretanto, resgata-se que o turismo possibilita inúmeras experiências e vivências, na qual o visitante é direcionado a algumas delas a partir da sua motivação. Já os festivais de música,

possibilitam uma vivência mais restrita, tendo em vista que a vivência proporcionada pelos festivais em geral são intensas, inclusive porque em geral os participantes estão com toda a sua atenção voltadas para a vivência em todos os aspectos dos festivais, sem se envolver com os demais elementos da cidade.

Considerando que a vivência proporcionada pelos festivais possuem alguns elementos que compõe a experiência do turismo (uma motivação que gera uma expectativa, um lugar que abriga a experiência e uma troca social), evidencia-se que a vivência proporcionada pelos festivais de música se configura como mais uma das experiências possibilitadas pelo turismo.

Por fim, respondendo de forma pontual o problema de pesquisa “até que ponto os festivais de música, entendidos como encontros que permitem a ruptura do cotidiano, podem se revelar como uma experiência do turismo?” Tem-se que os festivais de música contribuem para a diversidade de experiências proporcionadas pelo turismo, se configurando como mais uma experiência possível no âmbito do turismo.

Utilizando o método hipotético dedutivo, a partir do problema de pesquisa estabelecido surgiu a hipótese deste trabalho: Se os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, então a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele.

Aproveitando-se da análise realizada para o problema de pesquisa, tem-se que os festivais de música são uma experiência possível no turismo. Isto quer dizer que o turismo não se resume aos festivais de música, ele é muito mais abrangente e possui inúmeras possibilidades para a satisfação às expectativas do visitante.

No entanto, toda participação em festivais de música se configuram como uma experiência turística. Cabe um esclarecimento de que na análise de dados foi apresentado que 16 entrevistados consideraram viajar para participar de festivais de música como turismo, outros 6 apontaram que seria turismo, entretanto motivados pelos festivais, e outros 6 consideram que não, pois não se preocupam com o lugar visitado e sim com o festival. Mas, vale ressaltar, que ao se estudar o turismo sabe-se que as motivações para que ele ocorra são diversas, e a motivação para participar de um evento está inserida dentro delas. Portanto, uma pessoa ao se

deslocar de sua cidade de residência, se utiliza de um meio de transporte, chega a um lugar diferente do seu habitual e utiliza-se de um meio de hospedagem, interage, mesmo que rapidamente, com pessoas de culturas diferentes, usufruem do lugar, visando atingir uma expectativa gerada por uma motivação. Ou seja, realizam turismo, mesmo que motivadas pela participação de um evento, um congresso ou uma reunião de negócios.

Como já apontado neste trabalho, o turismo é muito mais abrangente do que os festivais de música, entretanto os festivais estão inseridos dentro dele, e não só pelo usufruto de serviços e equipamentos turísticos, mas pela experiência vivenciada.

Afirmou-se anteriormente, que toda participação em festivais de música é configurada como uma experiência do turismo. É pertinente analisar esta afirmação para os residentes da cidade em que o festival ocorre. Voltando ao universo do turismo, sabe-se que é possível que uma pessoa tenha uma vivência do turismo no seu lugar de residência, desde que ela passe a observar e a vivenciar seus lugares e atrações fora da sua rotina, ou seja, usufruindo dessas atrações de forma “turísticas”. Isto quer dizer que um participante de festivais se torna visitante durante o período do festival, na qual ele está inserido na mesma cidade que reside, entretanto usufruindo de um espaço criado para que a experiência ocorra, interagindo com os demais participantes e com os artistas e vivenciando o festival na sua totalidade. Esta se configura como uma experiência do turismo, com o diferencial de que ela é mais curta, pois ao final do evento ele retorna à sua casa e à sua rotina.

Retornando à Hipótese desta pesquisa “Se os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, então a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele”, confirma-se sua primeira parte, em que os festivais de música proporcionam uma experiência do turismo, conforme discutido anteriormente. Em se tratando da motivação, aponta-se que, a motivação para a participação em festivais só poderia estar relacionada com a experiência vivida nele, se se confirma que há uma experiência vivida, confirmada na primeira parte.

Pela hipótese de pesquisa se tratar de uma conjectura de proposição, conforme apontado por Lakatos e Marconi na página 106 deste trabalho, ao se verificar o antecedente “se” como verdadeiro, forçosamente o conseqüente “então” também será verdadeiro.

Entretanto, considera-se pertinente confirmar esta afirmação com base nos dados coletados. Foi apontado pelos entrevistados, que a motivação para a participação de festivais de música envolve primeiramente a música, seguido do espetáculo criado e a interação social. Esta motivação ocorre, também, pelo desejo de presenciar, ver ao vivo, pela diversidade, energia e emoção proporcionada pelo evento. As características apontadas pelos entrevistados retratam o que é a essência dos festivais de música, ou seja, sem eles o evento não acontece, pois sem a música, sem a diversidade de bandas, sem a energia o festival não se constitui. Então, se faz necessário observar os outros aspectos da motivação, tais como a interação social e a influência do lugar.

A interação social promovida pelos festivais foi apontada pelos participantes como um dos principais elementos da experiência vivenciada. Ressalta-se que esta interação social pode ser entre pessoas que já faziam parte de um mesmo círculo social, ou entre outros participantes do festival na qual se esteja interagindo devida a proximidade, mesmo que rapidamente.

O lugar criado para a experiência foi apontado como um dos elementos relevantes para que a experiência ocorra, além de ser apontado como um grande diferencial entre os festivais e outros eventos musicais, tais como shows e apresentações pontuais. Isto porque o espaço criado é quem dita quais serão as formas de interação durante o evento, seja por meio de stands de patrocinadores, seja em equipamentos de entretenimento, ou durante os shows com interação entre os artistas e o público.

Estes dois elementos complementam a essência do festival, como também possibilitam a vivência nos festivais. O que valida a última sentença da hipótese “a motivação para a participação de festivais de música está relacionada com a experiência vivida nele”. Pois todos os elementos citados como motivação, estão inseridos no processo da experiência vivenciada nos festivais.

Sendo assim a hipótese de pesquisa deste trabalho é constatada como verdadeira em todos os seus aspectos no âmbito deste trabalho.

Ressalta-se que esta hipótese não pode ser considerada como uma verdade universal, tendo em vista que a amostra pesquisada representa uma parte extremamente reduzida no universo de participantes de festivais existente.

6.3 DESAFIOS DA PESQUISA

Tendo todas as questões de pesquisa deste trabalho solucionadas, aponta-se como principal fator limitador deste trabalho a atualidade do tema, e a conseqüente falta de publicações acadêmicas ao seu respeito, e ainda, o âmbito de abordagem dada á pesquisa, análise dos aspectos subjetivos e intrínsecos da motivação da participação nos festivais, e o olhar “convencional” dos aspectos econômicos, o que reduziu ainda mais os matérias de consulta.

Outra dificuldade encontrada foi no processo de coleta de dados. Ao realizar as primeiras entrevistas, no SWU em 2011, identificou-se a dificuldade e a resistência de se aplicar entrevistas, e até mesmo questionários, durante a realização dos eventos. Momento em que os participantes buscavam a descontração e não a reflexão do que os levaram até ali. Então optou-se por realizar as entrevistas fora dos festivais, entretanto se revelou difícil encontrar participantes assíduos aos eventos, que se dispuseram a responder a pesquisa e que estivessem com tempo livre simultâneo e com a disponibilidade da pesquisadora para realizar a entrevista. Tal fato não só limitou o número de entrevistados, mas também estendeu o período de coleta de dados, diminuindo o prazo para a sua análise e avanço do trabalho.

6.4 PESQUISAS FUTURAS

Tendo em vista que este trabalho não esgotam as possibilidades de busca, mas sim emergem novos questionamentos, propões alguns estudos futuros relacionados à temática.

Para pesquisas futuras recomenda-se:

- A análise dos festivais de música e o turismo a partir de outras categorias de análise. Tendo em vista que as categorias utilizadas por este trabalho não abrangem a totalidade do fenômeno turístico nem do fenômeno dos festivais.
- A abordagem destes eventos enquanto eventos sustentáveis e responsáveis. Considerando que um dos festivais estudados possuía este rótulo, mas na sua essência não se configurou como um evento responsável.
- Analisar os festivais de música sob a percepção de um público que não o residente em Brasília. Já que 18 dos entrevistados desta pesquisa residiam em Brasília, pode ser que a percepção deste universo pesquisado se diferencie de outras cidades brasileiras e estrangeiras.
- Realização de estudos sobre as comunidades virtuais que giram em torno dos festivais envolvendo sua interação, organização, compartilhamento, dentre outros.
- Realização de um estudo comparativo entre os festivais de música realizados no Brasil com eventos realizados em outros países, pois a partir da historicidade levantada por esta pesquisa, a Europa e os Estados Unidos já possuem os festivais consolidados e uma cultura de envolvimento com estes eventos consolidadas, portanto, as percepções e motivações deste público podem ser diferentes das encontradas por esta pesquisa.

Por fim, entende-se que o presente trabalho de pesquisa, sobretudo em virtude da atualidade do tema, contribuiu para a formação de um material que pode servir de referencial teórico para futuras pesquisas acadêmicas que abordem os festivais de música.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A História do Maior Festival de Música Eletrônica da América Latina. UNIVERSO PARALELO. 09 AGOSTO 2011. Disponível em: <<http://universoparalelo.wordpress.com/2011/08/09/a-historia-do-maior-festival-de-musica-eletronica-da-america-latina/>>. Acessado em: 20 out 2013 às 18h.

AGUIAR, Lilian Maria Martins. **Os espetáculos teatrais na Idade Média.** Alunos Online. Disponível em: <<http://www.alunosonline.com.br/historia/os-espetaculos-teatrais-na-idade-media.html>>. Acessado em 10 set 2013 às 12h35.

ALMEIDA, Marcos Abreu Leitão. **Uma Geração em Debate: Beat ou Beatkins?** História Agora, nº 1, 2007. Disponível em: <http://www.historiagora.com/dmdocuments/Geracao_Beat.pdf> Acessado em: 11 out 2013 às 18h.

ALLEN, Johnny at al. **Organização e gestão de eventos.** Tradução: Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ANIC, Laura Calvi. Woodstock Brasileiro. **Revista TPM.** 2009. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/revista/91/reportagens/woodstock-brasileiro.html>>. Acessado em: 14 out 2013 às 18h20.

ARAUJO, Denize Correa. **Dubai: o paraíso hiper-real e paradoxal da indústria do entretenimento. Comunicação, mídia e consumo.** V. 2, No 20, 2010. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/283>>. Acessado em: 26 nov 2013 às 00h50.

ATKINSON; Rowland; FLINT, John. **Accessint Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies.** Social Research, Issue 33, Department of Sociology, University of Survey, UK. 2001.

AUGÉ, Marc. **Não Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade.** Trad: Pereira, Maria Lúcia. Campinas-SP: Papyrus, 1994.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** Edições 70. São Paulo: Editora Persona, 1977.

BARRETO, Ale. **Aprenda a Produzir um Show**. Disponível em <http://www.overmundo.com.br/banco/aprenda-a-organizar-um-show-01-fazer-producao-que-bicho-e-esse>. Acesso em 01/02/2010.

BEMVINDO, Vitor. **40 anos do “Isle of Wight” passam em branco**. Mofodeu. 17 julho 2008. Disponível em: <<http://whiplash.net/materias/biografias/075216-jimihendrix.html>>. Acessado em 12 out 2013 às 11h.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**, 12. São Paulo: Ed. Editora Senac, 2007.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais**. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, Santa Catarina, n. 2, p. 68-80, 2005.

BOULLON, Roberto C; MOLINA E, Sergio; RODRIGUEZ WOOG, Manuel. **Nuevo tiempo libre: Tres enfoques teorico practicos (un)**. México: Trillas, 1988.

BRITTO, Janaina & FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BRYAN, Guilherme. **A História do Festival de Águas Claras: paz, amor, bossa nova e rock n’ roll**. Jornal GGN. 07 dezembro 2012. Disponível em: <<http://jornalggn.com.br/blog/luisnassif/a-historia-do-festival-de-aguas-claras>>. Acessado em: 14 out 2013 às 18h.

CADERNO CULTURAL. **A geração Beatnik e seu desprezo pela sociedade norte-americana dos anos 50**. Disponível em: <http://www.pco.org.br/conoticias/ler_materia.php?mat=1287>. Acessado em 08 mar 2012 às 16h.

CANDIOTO, Marcela. **Agências de turismo no Brasil: Embarque imediato pelo portão dos desafios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. Coleção Eduardo Sanovicz de Turismo.

CARVALHO, Leandro. **Feiras Medievais**. Mundo Educação. Disponível em: <<http://www.mundoeducacao.com/historiageral/feiras-medievais.htm>>. Acessado em: 10 set 2013 às 13h.

Castlemorton Rave History. BBC HOME. Junho/2007. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/herfordandworcester/content/articles/2007/06/06/castlemorton_rave_feature.shtml>. Acessado em: 16 out 2013 às 15h40.

CHIAVENATTO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração nas organizações**. 7ª Ed, Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COOPER, Chris et al. **Turismo Princípios e Práticas**. 3ª Ed. São Paulo: Bookman. 2003.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues. **Fundamentos do turismo**. Campinas, SP: Editora Alinea, 2002.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em Turismo: Planejamento, Métodos e Técnicas**. 9ª edição. São Paulo, Editora Futura. 2007.

DUARTE, Donária Coelho. **O uso a Internet como estratégia mercadológica: um estudo comparativo entre algumas agências de viagens e turismo de São Paulo e Florianópolis**. Dissertação. Departamento de Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1998.

Economia da Experiência. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/economia_experiencia.html>. Acessado em 04 nov 2013 às 15h40.

EL DEBER. **Los muchachos de Woodstock, nación de tres días**. Disponível em <http://www.eldeber.com.bo/anteriores/20040821/escenas_4.html>. Acessado em 02/02/2012 às 17h.

FLÉCHET, Anais. **Por uma história transnacional dos festivais de música popular. Música, contracultura e transferências culturais nas décadas de 1960 e 1970**. Patrimônio e Memória. V. 7. No 1. p. 257-272, UNESP, jun. 2011.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Metodologia de Pesquisa Científica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 1989.

GASTAL, Susana. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GASPARETTO Junior, Antonio. **História Medieval**. Infoescola. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/historia-medieval/>>. Acessado em: 10 set 2013 às 12h.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIARETTA, Maria José. **Turismo da Juventude**. São Paulo: Editora Manole, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas AS, 1989.

GLASTONBURY, 2013. Disponível em: <<http://www.glastonburyfestivals.co.uk>>. Acessado em 14 out 2013 às 16h.

Glastonbury 1970 – 1978. A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL. Setembro/2013. Disponível em: <<http://www.ukrockfestivals.com/glasmenu.html>>. Acessado em: 14 out 2013 às 16h.

Glastonbury: el mayor festival del mundo. BBC MUNDO. 28/06/2013. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/06/130628_glastonbury_lp.shtml>. Acessado em: 14 out 2013 às 16h.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à Pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GRÜNEWALD, R. Turismo e Identidade. **Horizontes Antropológicos**/UFRGS, Antropologia e Turismo, nº 20, 2003.

HENTSCHKE, Liane et al. **Em sintonia com a música**. 1ª Edição, São Paulo: Editora Moderna. 2006.

IGARRA; Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2ª Edição. São Paulo: Ed. Thompson Learning, 2003.

ISLE OF WIGHT, 2013. Disponível em: <<http://www.isleofwightfestival.com/>>. Acessado em: 13/10/2013.

KNIGHT, Tim. **Castemorton Common May 12th 1992**. Loftsites. 2013. Disponível em: <http://loftsites.co.uk/old_school_rave/diaries/castlemorton_common.html>. Acessado em 16 out 2013 às 16h15.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª Edição. São Paulo: Editora Atlas. 2003.

LEMOS, José Augusto. **O que é grunge?** Mundo estranho. Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/o-que-e-grunge>>. Acessado em 24 nov 2013 às 19h.

LESSA, Fabio. **Esporte na Grécia antiga: um balanço conceitual e historiográfico**. Revista de História do Esporte, VI. 1, Nº 2, dez de 2008.

LOLLAPALOOZA, 2013. Disponível em: <<http://www.lollapalooza.com/>>. Acessado em: 19/10/2012 às 20h.

LOLLAPALOOZA BRASIL, 2013. Disponível em: <<http://www.lollapaloozabr.com>>. Acessado em: 19 out 2012 às 20h.

LYNSKEY, Dorian. **Castlemorton triggers the rave crackdown**. The Guardian. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/music/2011/jun/15/castlemorton-triggers-rave-crackdown>>. Acessado em 16 out 2013 às 16h.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das tribos: declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

MAIA, João.; LATTANZI, Ana. **Territórios de Criatividade**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 33, p. 73 – 78, agosto 2007.

MARIUZZO, Patrícia. **Woodstock, 40 anos do festival que marcou a música e as gerações**. SCPB. Ciência e Cultura. Vol. 61, nº4. São Paulo, 2009. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252009000400021&script=sci_arttext&tlng=en>. Acessado em 02/02/2012, às 14h35.

MARTINS, Angelo Antonio Cavalcante. **Motivação, expectativa, experiência, satisfação ou dissatisfação dos turistas com o produto turístico destino: estudo sobre a área de grande Maceió – Alagoas/BR**. Tese de Doutorado: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-22082006-185302/pt-br.php>>. Acessado em: 06 nov 2013 às 16h30.

MAURIZZU, Patrícia. **Woodstock, 40 anos do festival que marcou a música e as gerações**. SCPB. Ciência e Cultura. Vol. 61, nº4. São Paulo, 2009. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252009000400021&script=sci_arttext&tlng=en>. Acessado em 02 fev 2012, às 14h35.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Administração do Processo de Inovações Tecnológica**. São Paulo: Editora Atlas, 1980.

MENDES, Norma Musco & BORGES, Airan dos Santos. **Os calendários romanos como expressão de etnicidade**. In: História: Questões & Debates, Curitiba, n. 48/49, p. 77-99, 2008. Editora: UFPR. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/historia/article/view/15295/10286>>. Acessado em: 08 out 2013 às 11h.

MICHAELIS MODERNO, Dicionário de Língua Portuguesa, 2013. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/>>. Acessado em: 05 out 2013 às 16h30.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 21ª Edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MOESCH, Marutschka. **A produção do Saber Turístico**. Campinas: Contexto, 2000.

MONSTERS OF ROCK, 2013. Disponível em: <<http://www.monstersofrockbr.com.br>>. Acessado em: 15/10/2013 às 20h20.

Monsters of Rock. A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL. Novembro/2009. Disponível em: <<http://www.ukrockfestivals.com/donington-1980.html>>. Acessado em: 15 out 2013 às 20h.

MONTEREY INTERNATIONAL POP FESTIVAL, 2013. Disponível em: <<http://montereyinternationalpopfestival.com/festival/>>. Acessado em 13 out 2013 às 10h.

MORAIS, Gustavo. **Rock in Rio: conheça a história do maior festival de música do Brasil.** Cifrabclubnews. 13 setembro 2013. Disponível em: <<http://www.cifrabclubnews.com.br/especiais/27445-rock-in-rio-conheca-a-historia-do-maior-festival-de-mosica-do-brasil.html>>. Acessado em: 16/10/2013 às 11h.

PACIEVITCH, Thais. Iluminismo. Infoescola. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/iluminismo/>>. Acessado em: 10 nove 2013 às 16h30.

PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. **Turismo de Experiência.** São Paulo: Ed. Senac, 2010

PEZZI, Eduardo; SANTOS, Rafael José. **A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing.** Anais do VII seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caixias do Sul, 2012.

PINTO, Tales dos Santos. **Idade Antiga.** Mundo Educação. Disponível em: <<http://www.mundoeducacao.com/historiageral>>. Acessado em: 04 set 2013 às 15h30.

PIRES, Mariana Salim. **Turismo e a Pós-Modernidade: Teoria, Cultura e Sustentabilidade.** Tese de Doutorado. UnB. Brasília, 2009

PLANETA TERRA FESTIVAL, 2013. Disponível em: <<http://musica.terra.com.br/planetaterra>>. Acessado em 19 out 2013 às 23h15.

POUPART, Jean [et al]. **A pesquisa qualitativa: Enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RAPOUSO, Carlos. **Concílios**. Medievalismo. Fevereiro, 2008. Disponível em: <<http://medievalismo.wordpress.com/2008/02/21/concilios/>>. Acessado em: 10 set 2013 às 12h30.

ROBERTS, Glenys. **An english girl's Summer of love**. Mail Online. 11 maio 2007. Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-454271/An-english-girls-summer-love.html>>. Acessado em: 12 out 2013 às 13h.

ROCK IN RIO, 2013. Disponível em: <<http://rockinrio.com/rio>>. Acessado em: 16 out 2013 às 11h15.

SILVA, Maykon Santos. **Idade Antiga: Conceito e Abrangência**. História. Disponível em: <<http://www.historiaoffline.com/2012/08/idade-antiga-conceito-e-abrangencia.html>>. Acessado em: 10 set 2013 às 11h50.

SKOL BEATS, 2013. Disponível em: <<http://www.skol.com.br/beats>>. Acessado em 19 out 2013 às 21h17.

SKOL SENSATION, 2013. Disponível em: <<http://www.skolsensation.com.br>>. Acessado em 19 out 2013 às 21h20

SOARES, Tamara Coelho. **Características do Turismo de Experiência: Estudos de caso em Belo Horizonte e Sabará sobre inovação e diversidade na valorização dos clientes**. 2009. Monografia apresentada ao Departamento de Geografia do IGC – UFMG para obtenção do título de bacharel em Turismo.

SOUSA, Rainer. **História do mundo**. Disponível em: <<http://www.historiadomundo.com.br>>. Acessado em: 04 set 2013 às 15h30.

STRONG, Roy. **Banquete: uma história ilustrada da culinária dos costumes e da fartura à mesa**. Trad: Sergio Goes de Paula – Rio de Janeiro, Ed: Jorge Zahar, 2004.

TADIN, Ana Paula et al. **O conceito da motivação na teoria das relações humanas**. Maringá Management, Vol. 2, No 1, 2005. Disponível em: <<http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/viewArticle/36>>. Acessado em> 25/11/2013 às 23h40.

The Isle of Wight Festival 1969 – 1970. A HISTORY OF UK ROCK FESTIVAL. Setembro/2012. Disponível em:

<<http://www.ukrockfestivals.com/iow1969.html>>. Acessado em: 13 out 2013 às 11h50.

THURAU, Jeans. **1969: Festival de Woodstock**. DW. Disponível em: <<http://dw.de/p/2YgJ>>. Acessado em 11 out 2013, às 18h.

TODT, Nelson Schneider. **Jogos olímpicos da antiguidade – O festival Panelênico e seus diversos eventos e significativos**. In: ética e compromisso social nos estudos olímpicos, p. 217 – 227. Editora: EDIPUCRS, 2001.

TOWN, Cape. **The Cape Town Declaration of Responsible Tourism in Destinations**. August 2002, Cape Town. 2002.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Editora Atlas. 1987.

Universe – Tribal Gathering. FANTAZIA RAVE ARCHIVE. 2013. Disponível em: <<http://www.fantazia.org.uk/orgs/gathering.htm>>. Acessado em: 16 out 2013 às 15h.

UNIVERSO PARALELO, 2013. Disponível em: <<http://www.universoparalello.org>>. Acessado em 20 out 2013 às 18h.

Veja 18 festivais de música que fizeram história. MÚSICA. Agosto, 2010. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/album/musica/veja-18-festivais-de-musica-que-fizeram-historia#image16>>. Acessado em: 24 nov 2013 às 18h40.

VICENTINO, Cláudio; DORIGO, Gianpaolo. **História para o ensino médio: história geral e do Brasil**. Volume Único. 1a Edição. São Paulo: Editora Scipione, 2001.

WOODSTOCK, 2013. Disponível em: <<http://www.woodstock.com/>>. Acessado em 15 out 2013, às 17h.

ROTEIRO DE ENTREVISTA – SWU MUSIC & ARTS FESTIVAL 2011

Este apêndice apresenta consiste no roteiro de entrevista realizada durante a pesquisa exploratória no SWU 2011. Sendo iniciada com uma introdução a pesquisa a ser passada aos entrevistados seguida pelas perguntas e por último outros problemas a ser investigado.

Esta é uma entrevista semi-estruturada, em que o meu principal objetivo é ouvir a sua opinião sobre o evento, sobre a experiência em que está vivendo, como você se vê inserido no movimento e no evento, o poder de transformação provocado por ele, dentre outras. Como não é uma entrevista rígidas, as perguntas são apenas uma forma de balizamento da conversa, sinta-se a vontade para abordar outros pontos e enriquecer ainda mais a pesquisa. Caso queira, ao inicio da gravação, antes de responder as perguntas faça sua identificação como preferir.

Algumas Questões:

- O que te trouxe ao SWU?
- O que difere o SWU dos outros festivais?
- Que relação você percebe e entre o evento e os participantes?
- Considera o festival como uma experiência de encontro? O que é este encontro, o que seria pra você o estar junto?
- Que elo une as pessoas e faz com que um acolha o outro?
- Que “mundo” é esse criado durante o festival? Você se vê inserido nele? O que você acha que acontece após o festival, existe uma transformação real na prática cotidiana ou momentânea?
- O que essa experiência significou pra você?

Sub Problemas:

- Que espaço é esse criado para que a experiência do encontro ocorra?
- Qual a relação que se estabelece entre o sujeito/participante e o festival?
- Quais são os elementos atrativos do SWU Music & Arts Festival?

APÊNDICE 2

ROTEIRO DE ENTREVISTAS – FESTIVAIS DE MÚSICA: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO TURISMO

Este apêndice apresenta o roteiro das entrevistas realizadas no processo de análise de dados, iniciando com uma contextualização ao tema par ao entrevistado seguindo para as perguntas.

Prezado(a) entrevistado(a),

Esta pesquisa será a fonte de dados para a minha Dissertação de Mestrado que tem como título “Festivais musicais: uma análise sob a ótica do turismo”, que tem por objetivo analisar os festivais de música enquanto encontros que permitem a ruptura do cotidiano proporcionando uma experiência do turismo. Sendo assim, agradeço desde já a sua colaboração e solicito a gentileza de responder às perguntas de forma mais completa possível e sinta-se a vontade para comentar sobre o tema e suas percepções. Informo ainda que será mantido o seu completo anonimato, seus dados pessoais não serão divulgados.

Tal roteiro foi desenvolvido abordando os seguintes aspectos:

1. Perfil do entrevistado
 - a. Dados
 - b. Vivência nos festivais.
2. Motivação da Participação
 - a. Motivação
 - b. Experiência nos festivais
 - c. Compartilhar
 - d. Ruptura do Cotidiano
 - e. Influência do Lugar
3. Turismo nos Festivais
 - a. Turismo nos festivais
 - b. Transmissão dos festivais via televisão

Agradecemos desde já a sua atenção por participar desse estudo.

BLOCO 1 – PERFIL DOS ENTREVISTADOS

1.1 Dados

- A. Faixa etária
() 20 a 25 anos, () 25 a 30 anos, () 35 a 40 anos, () 45 a 50 anos, () mais de 50 anos.
- B. Faixa econômica?
() Até 4 salários mínimos, () entre 5 e 8 salários mínimos, () entre 9 e 12 salários mínimos, () mais de 12 salários mínimos
- C. Em qual cidade e estado você mora?

1.2 Vivência em festivais

- A. Qual foi a sua primeira participação em um festival de música?
- B. Com quem você foi? Ano?
- C. Em quantos festivais você já participou desde então e quais foram eles?

BLOCO 2 – MOTIVAÇÃO DA PARTICIPAÇÃO

2.1 Motivação

- A. O que o leva a participar de festivais de música?
- B. Além da diversidade de atrações musicais, para você qual é a principal diferença entre um show de um artista e um festival de música?
- C. Existem muitos CDs e DVDs disponíveis no mercado, o que o leva a ir pessoalmente a um concerto?
- D. O que você mudaria nos festivais de música? Quais são os aspectos negativos?

2.2 Experiência nos festivais

- A. O momento vivido durante o festival lhe proporciona uma experiência diferenciada? Comente.
- B. O que você entende por experiência?
- C. Quais elementos você acha que é único na experiência da vivência de um festival de música?

2.2.1 Compartilhar

- A. Em geral, com que você vai para festivais de música?
- B. Você iria sozinho? Por quê?
- C. Você acha que os festivais promovem uma aproximação das pessoas? Essa aproximação seria momentânea? Explique.

2.2.2. Ruptura do Cotidiano

- A. Qual é o seu sentimento predominante durante um festival de música?
- B. Existe algo que você gostaria de levar de um festival para o seu dia a dia?

2.2.3 Influência do lugar

- A. Você acha que o ambiente, estrutura, cenário criado ou construído para o evento influenciam na experiência vivida? De que forma?
- B. Qual significado você atribui aos diversos elementos/atrações complementares às atrações musicais que muitas vezes são inseridos nos festivais?
- C. Existe um lugar você considera que seria perfeito para realizar um festival? Explique.

BLOCO 3 – TURISMO NOS FESTIVAIS

3.1. Turismo nos festivais

- A. Você considera participar de um festival como turismo? Por quê?
- B. Para você, o que é fazer turismo?
- C. Você acha que a realização de festivais induz o turismo? Explique.
- D. Como você relaciona os meios de comunicação atuais (Dvd's, TV, Internet, Livros, revistas) e o turismo?
- E. Quando você viaja (sem a participação de um festival) você se sente da mesma forma que quando vai para um festival? No que se difere, no que se aproxima?

3.2. Transmissão dos festivais via televisão

- A. O que você acha da transmissão dos festivais via televisão?
- B. O fato de haver transmissões ao vivo de determinado festival influencia na sua escolha de ir ou não a um festival? Explique.